



Instituto Politécnico de Coimbra
Instituto Superior de Contabilidade
e Administração de Coimbra

Ana Margarida da Silva Botelho

Responsabilidade Social nas Empresas e
Exigências de Relato ao Nível da Sustentabilidade

ISCAC | 2019

Ana Margarida da Silva Botelho

Responsabilidade Social nas Empresas e Exigências de Relato ao Nível da Sustentabilidade



Coimbra, 31 de outubro de 2019



Instituto Politécnico de Coimbra
Instituto Superior de Contabilidade
e Administração de Coimbra

Ana Margarida da Silva Botelho

Responsabilidade Social nas Empresas e Exigências de Relato ao Nível da Sustentabilidade

Dissertação submetida ao Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Contabilidade e Fiscalidade Empresarial, realizada sob a orientação da Professora Sónia Carla Cura Rito.

Coimbra, 31 de outubro de 2019

TERMO DE RESPONSABILIDADE

Declaro ser a autora desta dissertação, que constitui um trabalho original e inédito, que nunca foi submetido a outra Instituição de ensino superior para obtenção de um grau acadêmico ou outra habilitação. Atesto ainda que todas as citações estão devidamente identificadas e que tenho consciência de que o plágio constitui uma grave falta de ética, que poderá resultar na anulação da presente dissertação.

PENSAMENTO

Não ser exigentes com os direitos humanos (com o ser humano), um dia não seremos respeitados.

Mário Parra Silva, 2019

AGRADECIMENTOS

A realização desta dissertação foi uma etapa bastante importante na minha vida académica. Quase a terminar não poderia deixar esquecido alguns agradecimentos, uma vez que, sem estas pessoas, seria impossível ganhar vontade e persistência para não desistir e conseguir terminar dentro do prazo.

Gostaria de agradecer à minha orientadora Prof. Sónia Rito por ter embarcado neste estudo comigo, apesar de ser desconhecido para ambas penso que foi uma descoberta ao longo deste ano e acabou por ser uma aventura enriquecedora. Para além disso, agradecer a paciência, a dedicação e a disponibilidade que demonstrou ao longo deste último ano.

E, por fim, agradecer ao meu namorado e à minha família por toda a motivação e apoio dado ao longo deste percurso. A motivação e a inspiração para conseguir realizar este trabalho foi injetada pelo vosso apoio e, sem ele, era impossível terminar este trabalho.

RESUMO

O primeiro grande marco na responsabilidade social surgiu na década de 50, nos EUA, por Howen. Posteriormente, torna-se um campo de estudo que originou diversos estudos, modelos e conceitos, tendo atualmente uma extensa biografia. Na Europa, a Comissão Europeia é o grande impulsionador desta mentalidade, e tem desenvolvido e promovido o conceito de responsabilidade social e a sua prática empresarial. O Livro Verde, publicado em 2001, foi o início da mudança sobre a forma como as empresas europeias abordam a responsabilidade social.

Em Portugal, a responsabilidade social foi surgindo lentamente através de intervenções do Estado e entidades privadas. As empresas portuguesas começam a interiorizar a sua importância e a mudar as suas práticas de gestão, sendo que, a partir de 2018, tornou-se obrigatória a publicação de uma demonstração de informação não financeira para entidades de interesse público de grande dimensão.

Utilizando uma amostra de empresas portuguesas, apresenta-se um estudo com objetivo de verificar a existência de práticas de divulgação de informação de responsabilidade social e a forma como a mesma é apresentada, no que respeita ao tipo de relatório e modelo utilizados. É também analisado o grau de divulgação das empresas que utilizam a norma *Global Reporting Initiative* (GRI).

Os resultados revelam que apenas um terço das empresas apresenta algum tipo de relatório estruturado com informação não financeira sendo o documento privilegiado o relatório de sustentabilidade, seguindo na sua maioria a norma GRI, não sendo a sua avaliação por auditor independente uma prática recorrente. O índice de divulgação revela valores bastante satisfatórios para as empresas que adotam a opção Abrangente, sendo bastante mais reduzido na opção Essencial. Segmentando, as empresas divulgam mais questões associadas a questões económicas do que ambientais ou sociais.

Palavras-chave: Responsabilidade social empresarial, Sustentabilidade, Divulgação de informação não financeira, GRI, Índice de divulgação.

ABSTRACT

The first major milestone in social responsibility was in 50's decade, in the USA, by Howen. Posteriorly, it becomes a field of study that originated several studies, models and concepts, currently having an extensive biography.

In Europe, European Commission is the major promote of this mindset, and has developed and promoted the concept of social responsibility and the business practice. The Green book, published in 2001, was the beginning of the change in the way that European companies approach social responsibility.

In Portugal, social responsibility was slowly emerging through State interventions and private entities. Portuguese companies are beginning to internalize their importance and changing their practices of management, and from 2018 it became mandatory the publication of a non-financial statement for entities with a high public interest.

Using a sample of Portuguese companies, we present a study with the objective of verify the existence of the social responsibility information disclosure practices and how it is presented, regarding the type of report and the model used. It is also analyzed the level of disclosure of companies that use the Global Reporting Initiative (GRI) standard.

The results show that only a third of companies have some kind of structured report with non-financial information, being the privileged document the sustainability report, mostly following the GRI standard, not being its independent auditor assessment a recurring practice. The disclosure index reveals very satisfactory values for companies that adopt the Encompass option, being much smaller in the Essential option. By segmenting, companies disclose more issues associated with economic than environmental or social issues.

Keyword: Corporate Social Responsibility, Sustainability, Disclosure of non-financial information, GRI, Disclosure Index.

ÍNDICE GERAL

INTRODUÇÃO	1
1. RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS	3
1.1. Origem e evolução do conceito	3
1.1.1. Europa	11
1.1.2. Portugal	12
1.2. Modelos de Responsabilidade Social Empresarial	16
1.2.1. Modelo de Carroll (1979)	16
1.2.2. Modelo de Carroll (1991)	19
1.2.3. Modelo <i>Triple Bottom Line</i>	21
1.3. Teorias associadas à Responsabilidade Social Empresarial	23
1.4. Dimensões de atuação de Responsabilidade Social Empresarial	25
1.4.1. A dimensão interna	25
1.4.2. A dimensão externa	26
2. RELATO DE INFORMAÇÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL	29
2.1. A necessidade do relato das políticas de responsabilidade social	29
2.2. O processo do relato de responsabilidade social	30
2.2.1. O veículo para o relato de responsabilidade social	30
2.2.2. O conteúdo do relato de responsabilidade social	36
3. TRABALHO EMPÍRICO	51
3.1. Objetivos	51
3.2. Metodologia	52
3.3. Amostra	52
3.4. Resultados	54
3.5. Análise dos resultados	68
CONCLUSÃO	73
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	76

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1-1: Instituições com atividade relacionada com a Responsabilidade Social Empresarial	15
Tabela 1-2: Dimensões do Modelo de Desempenho Social Empresarial de Carroll (1979)	17
Tabela 1-3: Componentes da responsabilidade social empresarial	21
Tabela 2-1: Critérios para obrigatoriedade de apresentação do Relatório de informação não financeira.....	34
Tabela 2-2: Princípios para a definição do conteúdo do relatório	40
Tabela 2-3: Princípios para a definição da qualidade do relatório	40
Tabela 2-4: Indicadores GRI 102.....	41
Tabela 2-5: Indicadores GRI 200.....	42
Tabela 2-6: Indicadores GRI 300.....	43
Tabela 2-7: Indicadores GRI 400.....	44
Tabela 3-1: Indicadores financeiros médios da amostra de empresas	53
Tabela 3-2: Empresas que constituem a amostra na análise da taxa de divulgação	61
Tabela 3-3: Indicadores de desempenho GRI Standards 2016	61
Tabela 3-4: Cálculo dos índices parciais da responsabilidade social empresarial.....	62
Tabela 3-5: Índices de divulgação obtidos nas empresas que optaram pela Opção Abrangente GRI.....	63
Tabela 3-6: Índices de divulgação obtidos nas empresas que optaram pela Opção Essencial GRI	66
Tabela 3-7: Média dos índices de divulgação.....	70

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-1:Modelo de Desempenho Social Empresarial de Carroll (1979)	18
Figura 1-2:Pirâmide de Carroll (1991)	19
Figura 1-3:Modelo Triple Botton Line	22
Figura 2-1: Relação do Relato Integrado	36
Figura 2-2:O processo de geração de valor	36
Figura 2-3: Percurso histórico do GRI.....	38
Figura 2-4: Normas GRI.....	39
Figura 2-5: Processo de elaboração de um Relatório de Sustentabilidade conforme GRI	46
Figura 2-6: Os dez princípios do Pacto Global das Nações Unidas	47
Figura 2-7: Temas Centrais tratados na ISO 26000.....	48
Figura 2-8: Áreas temáticas da Norma SA 8000	49

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 3-1: Peso das empresas que divulgam relatório de responsabilidade social.....	54
Gráfico 3-2: Relatórios utilizados para divulgação da informação não financeira.....	55
Gráfico 3-3: Evidências alternativas aos relatórios de apresentação das demonstrações não financeiras	56
Gráfico 3-4: Verificação externa dos relatórios de sustentabilidade	58
Gráfico 3-5: Diretrizes para elaboração do relatório de sustentabilidade.....	59
Gráfico 3-6: Índice económico das empresas que optaram pelo GRI Standards opção Abrangente.....	63
Gráfico 3-7: Índice ambiental das empresas que optaram pelo GRI Standards opção Abrangente.....	64

Gráfico 3- 8: Índice social das empresas que optaram pelo GRI Standards opção abrangente.....	64
Gráfico 3-9: Índice económico das empresas que optaram pelo GRI Standards opção Essencial	67
Gráfico 3-10: Índice ambiental das empresas que optaram pelo GRI Standards opção Essencial	67
Gráfico 3-11: Índice social das empresas que optaram pelo GRI Standards opção Essencial	68

LISTA DE ABREVIATURAS, ACRÓNIMOS E SIGLAS

APEE – Associação Portuguesa de Ética Empresarial

CSR – *Corporate Social Responsibility*

UE – União Europeia

GRI – *Global Reporting Initiative*

IIRC – *International Integrated Reporting Council*

ISO – *International Organization for Standardization*

SAI – *Social Accountability International*

ONU – Organização das Nações Unidas

INTRODUÇÃO

A presente dissertação enquadra-se no âmbito do mestrado em Contabilidade e Fiscalidade Empresarial e tem como objetivo compreender a importância da responsabilidade social nas empresas e compreender se estas se encontram a desenvolver práticas de responsabilidade social.

Com o emergir da globalização e a pressão do aumento da concorrência cria-se um novo desafio para as empresas, em que apenas os aspetos financeiros não chegam para elevar as empresas a uma melhor *performance* e principalmente à classificação de sustentáveis. Estas alterações vieram provocar mudanças nas empresas e suscitar o interesse pela responsabilidade social.

A responsabilidade social encontra-se no centro de debates, seja a nível empresarial, académico ou institucional. O estudo nesta temática tem um longo percurso histórico, sendo nos anos 50 o primeiro marco e o início de diversos estudos, modelos e conceitos. Nestes últimos anos, o tema tem vindo a ganhar cada vez mais importância no dia-a-dia das empresas e alterar a sua forma de interagir com a sociedade ao seu redor.

A responsabilidade social não tem propriamente uma definição consensual, sendo um tema dotado de alguma complexidade e em constante evolução. No nosso entender, responsabilidade social consiste no compromisso assumido pela organização perante a sociedade em que se encontra inserida, de forma a garantir o presente e o futuro perseguido três tipos de objetivos: económicos, sociais e ambientais.

Face a atual consciencialização do papel da responsabilidade social nas empresas e o seu mediatismo, a escolha deste tema prende-se com o intuito de compreender o que é a responsabilidade social, a responsabilidade social empresarial e conhecer a legislação existente acerca deste tema e como as empresas reagiram à implementação da obrigatoriedade de informações não financeiras.

A atualidade, a relevância, o desconhecimento e a curiosidade em saber o percurso da responsabilidade social e como as empresas estão a processar a alteração da lei, foram as principais motivações para escolher este tema.

Para conseguir realizar esta análise, foi necessário entender o que é a responsabilidade social e como se desenrolou a sua evolução histórica até ao estado atual. Para além disto, foi essencial analisar onde as empresas se podem apoiar em termos de legislação ou

instruções não vinculativas para conseguir efetuar um bom relato sobre a responsabilidade social empresarial.

O trabalho encontra-se estruturado em 4 capítulos:

No primeiro capítulo, apresenta-se uma contextualização histórica do termo responsabilidade social a nível mundial, europeu e português. São também apresentados três modelos teóricos distintos de suporte à teoria, bem como a dimensão de atuação da responsabilidade social de forma interna e externa.

De seguida, o segundo capítulo foca-se na forma e conteúdo do relato da informação sobre responsabilidade social. Nesta secção, salienta-se a importância e a necessidade da comunicação da responsabilidade social, como se processa este relato e o seu conteúdo. Analisa-se a importância de algumas iniciativas internacionais sobre sustentabilidade empresarial como é o caso das Diretrizes para a elaboração de Relatórios de Sustentabilidade emanadas pela GRI, o Pacto Global da Organização das Nações Unidas, a ISO 26000 e a SA 8000.

No terceiro capítulo, desenha-se como se pretende obter a evidência empírica sobre a divulgação de informações não financeiras obrigatórias a constar dos relatórios em 2018, apresentando os objetivos de estudo e as empresas portuguesas que constituem a amostra. Com esta análise pretende-se perceber, nomeadamente, qual o modelo mais utilizado para divulgação de informação não financeira pelas empresas e qual o nível de divulgação analisado através de um índice de divulgação.

Por último, apresentam-se as conclusões e sugestões para trabalhos futuros.

1. RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS

1.1. Origem e evolução do conceito

O conceito de responsabilidade social tem vindo a ser debatido em todo o mundo, sendo cada vez mais relevante para a gestão e sobrevivência das empresas num mercado globalizado, em que uma grande maioria se encontra inserida. Este tópico tem sido tema de palestras, conferências, estudos académicos e, principalmente, de diversos modelos teóricos que foram sendo criados ao longo dos anos e fizeram nascer diversas aplicações e interpretações pelas empresas e pelos seus gestores, um pouco por todo o mundo (Santos & Dias, 2008).

O conceito de responsabilidade social tem sido controverso ao longo do tempo, uma vez que a sua definição e aplicação nunca gerou consenso, fazendo com que durante muitos anos tenha sido levado pouco em conta pelas empresas e pela sociedade (Almeida, 2010). Atualmente, a responsabilidade social é o tema do momento, uma vez que as empresas, cada vez mais, pretendem ter uma relação mais próxima com os seus *stakeholders* e pretendem demonstrar transparência nas suas atividades e valorizar os seus compromissos sociais para com o meio envolvente.

Apesar deste recente interesse, de certa forma, é legítimo afirmar que a responsabilidade social sempre subsistiu na sociedade, sendo mais evidente em determinadas épocas enquanto que em outras surgia de forma mais camuflada.

Na época da escravatura, nos Estados Unidos da América, os “patrões” já tinham algumas obrigações para com os seus escravos, sendo exemplo a obrigação de disponibilizar comida, roupa e abrigo. Com o passar do tempo, a escravatura acabou por ser abolida. Esta eliminação deveu-se não só a ideias humanísticas e liberais, mas também a propósitos economicistas, uma vez que o trabalho realizado pelos escravos era sazonal e a rentabilidade de manter os escravos todo o ano era quase nula (Faria, 2015a).

A extinção da escravatura foi, sem dúvida, um marco na história, mas, o desenvolvimento no que respeita a melhores condições de trabalho e maior respeito pelos direitos humanos tem sido realizado a um ritmo muito lento ao longo dos anos.

Na primeira metade do século XX, assistiu-se a algumas tentativas de introduzir responsabilidades sociais nas empresas, mas sem grande sucesso. Henry Ford, em 1919, tenta distribuir dividendos pelos funcionários e efetuar investimentos na área produtiva,

mas as decisões são chumbadas pelos seus acionistas. Oliver Sheldon, em 1923, tenta inserir a responsabilidade social na filosofia de gestão e salienta a necessidade de pensar mais além sobre manter a riqueza na empresa, no entanto, a sua influência também foi quase nula. Durante este período apenas eram exigidas melhores condições de trabalho e alguma filantropia (Faria, 2015a).

Freeman & Hasnaoui (2011) consideram que o conceito de responsabilidade social foi mencionado pela primeira vez em 1926, na monografia de Clark, tendo este autor salientado algumas obrigações das empresas para com a sociedade.

Também para Martínez-Ferrero, Banerjee, & García-Sánchez (2016) o debate sobre responsabilidade social empresarial surge no início do século XX, com a intensificação do aumento da produção e a segunda fase da revolução industrial. Segundo estes autores, a publicação de obras como “A teoria da organização socio económica” de Weber, em 1922, e “Controlo social dos negócios” de Clark, em 1939, expressam a necessidade de educar os empresários sobre a nova estrutura de responsabilidade social¹ (Muhamad & Salleh, 2019). A eles juntam-se outros autores, como Berle & Means (1932), os quais salientam o papel dos gestores com os mais necessitados, focando a ética de alguns negócios e a justiça social, questões já reivindicadas por algumas classes (Almeida, 2010).

O emergir mais acentuado da responsabilidade social surge em meados dos anos 50 nos Estados Unidos da América, uma vez que a dimensão empresarial americana era bastante considerável a nível mundial. Nesta fase, os empresários e a forma de gerir as empresas começam a ser alvo de algumas críticas por determinadas classes. Estes conflitos geraram pressão sobre as empresas, exigindo-se melhores condições laborais e mais transparência na gestão. Aos poucos, começa-se a notar algum desenvolvimento filantrópico e alguma responsabilidade social perante a sociedade por parte das empresas. Estes impactos surgem na Europa apenas nos anos 60 (Banerjee, 2007).

Apesar da lenta “propagação”, é possível afirmar que a “era moderna” da responsabilidade social teve início na década de 50, com o importante trabalho de alguns autores.

¹ Note-se que nos primeiros estudos sobre responsabilidade social apenas era utilizado o termo responsabilidade e não responsabilidade social empresarial, uma vez que a predominância da empresa moderna no setor empresarial ainda não havia ocorrido.

Carroll (1999) realça o papel fundamental de Howard Bowen², considerado o pai da responsabilidade social, quando, em 1953, publica o seu livro “*Social responsibilities of the businessman*”. Na época, Bowen definiu responsabilidade social como um conjunto de obrigações que os dirigentes empresariais acumulavam para com a sociedade em que se inseriam, sendo responsabilizados pelas suas ações. Esta definição salientava objetivos empresariais para além da obtenção de lucros. O autor defendia que as empresas não devem apenas considerar os resultados económicos e as suas obrigações legais, devendo também debruçar-se sobre os impactos na sociedade.

Numa outra vertente da responsabilidade social, Johnson, em 1958, enfatizava o termo “*greenwashing*”³, o qual transparecia uma imagem da empresa ambientalmente responsável (Johnson, 1958, cit. Banerjee, 2007). Este termo tornou-se famoso cerca de 50 anos depois deste trabalho pioneiro.

Já na década de 60, o conceito de responsabilidade social torna-se mais amplo surgindo o *Corporate Social Responsibility* (CSR) para abranger diferentes vertentes da sociedade. Os trabalhos académicos continuam a mostrar preocupação na formalização de um conceito de responsabilidade social empresarial. Davis (1976) associa a responsabilidade social a um conjunto de decisões e ações tomadas pelas empresas, que vai mais além dos interesses económicos, realçando que estas perspetivas sociais podem trazer retornos económicos no futuro. Mais tarde, o mesmo autor acrescenta à sua definição a preocupação com as consequências éticas dos seus atos. Esta visão foi globalmente aceite nos anos 70 e 80, tornando-se uma das mais importantes.

Apesar do maior reconhecimento da responsabilidade social nas empresas, nem todos os académicos partilhavam da mesma premissa quanto à importância deste tema. Em 1962, o famoso economista Milton Friedman realça a sua posição discordante quanto à temática da responsabilidade social. Este autor defendia que o objetivo fundamental das empresas era a maximização do lucro e a sua responsabilidade estaria voltada apenas para os seus *shareholders*. O seu pensamento defendia que as preocupações sociais deviam ser do

² O seu livro foi republicado várias vezes, sendo a última edição de 2013. Segundo Bowen *et al.* (2013), este livro é considerado o número um na lista de leitura dos gestores em responsabilidade social, cidadania empresarial e sustentabilidade nos dias de hoje.

³ Para mais pormenores sobre o conceito “*greenwashing*”, consultar Banerjee (2007).

Estado e não das empresas, porque isso poderia comprometer a obtenção de lucros (Friedman, 1970).

Uma vez que teve origem numa personalidade bastante influente, este pensamento de Friedman originou grande impacto na sociedade e veio reforçar a ideia defendida por Levitt (1958) de que a responsabilidade social era uma moda que prejudicava os negócios. Esta nova corrente contrária fez abrandar um pouco os avanços do tema e instalou a dúvida que o lucro poderia ficar comprometido (Banerjee, 2007).

Nessa disputa de argumentos, diferentes autores defendiam as suas teses, uns a favor dos objetivos puramente económicos, outros salientando a necessidade (e vantagens) de realçar as responsabilidades sociais. Apesar da alguma resistência, no final desta década, começa-se a verificar alguma preocupação em definir responsabilidade social empresarial e a necessidade de aproximação com o meio envolvente da empresa. A ideia que se pretende fomentar é de que a responsabilidade social deve exigir que a empresa considere todos os *stakeholders* com quem se relaciona, analisando o resultado das suas ações para com o meio envolvente e ampliando as suas decisões para além do lucro (Johnson, 1971).

No entanto, em meados dos anos 70, os Estados Unidos da América atravessam um retrocesso relativamente à reflexão social por parte das empresas, devido ao aumento da utilização e custo com a energia, levando a que a maioria retorne à única perspetiva de maximização dos lucros. Neste enquadramento, os problemas de desenvolvimento da humanidade tomam grandes dimensões, sendo as Nações Unidas obrigadas a intervir, criando o primeiro programa para o meio ambiente. Este tinha como objetivo fomentar a utilização racional do meio ambiente e um crescimento sustentável.

Com uma perspetiva mais prática, Eilbert & Parket (1973) realçam que a responsabilidade social pode ser acolhida pela empresa de duas formas: pela não realização de ações que prejudiquem a sociedade ou pela ajuda voluntária na resolução dos problemas da sociedade.

É também nesta década de 70 que surge o termo desempenho social das empresas ou responsabilidade social empresarial, sendo Sethi (1975) a tentar desmitificar este novo conceito. No esquema de Sethi, a responsabilidade social vai para além da obrigação social, ou seja, implica trazer o comportamento empresarial a um nível que ultrapasse todas as normas sociais estipuladas, valores e expectativas de desempenho.

Outros autores se seguiram desenvolvendo novas abordagens teóricas e práticas ao tema. Frederick (1978) também foi um contribuinte influente na teorização da responsabilidade social empresarial, considerando que os recursos humanos e económicos da sociedade devem ser utilizados para grandes fins sociais e não simplesmente para satisfazer interesses económicos da empresa ou de pessoas em particular. Carroll (1979), um dos autores mais citados na literatura sobre esta temática, apresenta a responsabilidade social num contexto de quatro níveis da sociedade: económica, legal, social e filantrópica num modelo tridimensional⁴. Jones (1980) definiu responsabilidade social como o conjunto de obrigações das empresas que vão para além do que está prescrito em lei e do exigido pelos acionistas. Estas obrigações devem ser voluntárias e amplas a diversos *stakeholders*. Para Wartick & Cochran (1985), o desempenho social empresarial consiste numa articulação entre princípios (valores que orientam a responsabilidade social), processos (a forma como a empresa reage às pressões e exigências da sociedade) e políticas (mecanismos utilizados para atuar socialmente).

Na década de 80, surge a necessidade de analisar a relação entre a responsabilidade social e a rentabilidade das empresas, procurando assim analisar o efeito que a responsabilidade social poderia ter no retorno dos negócios. Drucker (1984) defendia que a rentabilidade das empresas e a responsabilidade social são conceitos complementares sendo necessário a conversão das responsabilidades sociais em oportunidades de negócio.

Aproveitando o já vasto contributo dos académicos, em 1987, a Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento da Organização das Nações Unidas (ONU) elabora o Relatório de *Brundtland* (O Nosso Futuro Comum). Com este Relatório, a ONU pretende explicar a importância do desenvolvimento sustentável e a necessidade de as empresas definirem estratégias futuras que prevejam em simultâneo o crescimento económico e o desenvolvimento humano (UN World Commission on Environment and Development, 1987). O relatório salienta a incompatibilidade entre o imprescindível desenvolvimento sustentável e os padrões de produção e consumo vigentes. Com isso associou o termo “sustentável” de uma forma intrínseca à ética empresarial, à cidadania empresarial, à responsabilidade social e à ecoeficiência.

⁴ Este importante modelo tridimensional é apresentado com maior detalhe ainda neste capítulo (Ponto 1.1.3.).

O tema continuou a ser alvo de estudos, o que levou a que novos desenvolvimentos se fossem desencadeando. Assim, na década de 90 emergiram novos conceitos complementares da responsabilidade social como cidadania empresarial e ética empresarial. Por cidadania empresarial entendia-se a proximidade da empresa com os seus *stakeholders* e a comunidade em que se encontra inserida, demonstrando relações fortes de dependência para ambas as partes; enquanto a ética empresarial assentava nos valores da empresa em realizar o seu trabalho e nas relações com os seus *stakeholders* bem como o cumprimento de leis e normas em vigor (Faria, 2015a).

Em 1991, Carroll volta a dar um grande contributo à responsabilidade social propondo a revisão do seu conceito inicial (de 1979). O autor decide adotar agora a "cidadania empresarial" com uma das quatro dimensões da sociedade. Assim, em 1991 apresenta a sua pirâmide constituída pelas quatro componentes "revisitadas": económica, legal, ética e filantrópica.

Com o emergir da globalização, a produção em massa é fabricada a todo o custo, o que leva a que diversas organizações iniciem um (longo) processo para controlar os danos colaterais que a mesma possa vir a ter na sociedade, nomeadamente em questões ambientais.

A ONU organizou, em 1992, então o encontro internacional ambientalista Eco 92, no qual é assinado por 178 países a Agenda 21. Com este compromisso, pretende-se orientar os Governos, as organizações internacionais e a sociedade civil, para o desenvolvimento sustentável, visando conciliar a proteção do ambiente com o desenvolvimento económico e a coesão social. Na sequência do Eco 92, inicia-se em 1997 a discussão e negociação do Protocolo de Quioto, que estabelece compromissos para a redução de gases, com vista à redução do aquecimento global. Este tratado internacional só entrou em vigor em 2005, tendo expirado em 2012.

Em 2000, a ONU cria o *United Nations Global Compact*, sob proposta do ex. Secretário-geral Kofi Annan, o qual surge com o intuito de desenvolver um mercado inclusivo, mas principalmente social e sustentável. Este pacto é de livre adesão pelas empresas, centrado no diálogo e na aprendizagem implicando a aplicação de dez princípios relacionados com direitos humanos, trabalho, meio ambiente e corrupção. Estes princípios baseiam-se em declarações universalmente aceites, nomeadamente a Declaração Universal dos Direitos Humanos, a Declaração da Organização Internacional do Trabalho relativa aos princípios

e Direitos Fundamentais e a Declaração do Rio sobre o Ambiente e Desenvolvimento. Para comprovar a adesão da empresa a estes princípios é elaborado e publicado anualmente um relatório intitulado COP – *Communication on Progress*.⁵

Assim, no século XXI, a sustentabilidade e o desenvolvimento sustentável passam a estar interligados ao conceito de responsabilidade social empresarial. Nesta altura começa a ser produzida diversa legislação para as empresas com obrigações legais e também diferentes formas de relatar estas informações para os *stakeholders* (Carroll, 1999).

Para além dos documentos já atrás referidos, destacam-se ainda os seguintes (adaptado de Faria a), 2015):

- i. Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial emitidos no ano 2000 pela Fundação Ethos (criada em 1998 por um conjunto de empresários, de empresas privadas brasileiras). Os indicadores Ethos identificam-se como “*uma ferramenta que pretende auxiliar as empresas no sentido de incorporar na sua gestão os conceitos e compromissos que assumem em favor do desenvolvimento sustentável*”. Os 47 indicadores⁶, com objetivo de ajudar a entidade explorar várias perfectivas e verificar em que pode melhorar, incluem-se em 4 dimensões abrangentes: visão e estratégia; governação e gestão; social; e ambiente. Apesar destes indicadores se destinarem às empresas brasileiras, esta instituição destaca-se pelo trabalho que tem desenvolvido para apoiar as empresas na implementação de ideias responsáveis e sustentáveis;
- ii. Livro Branco sobre responsabilidade ambiental, publicado em 2000 pela Comissão Europeia, com objetivo de instituir o princípio de poluidor-pagador no que respeita a questões ambientais;
- iii. Diretrizes para Relatórios de Sustentabilidade, editadas pelo *Global Reporting Initiative* (GRI), em 2002. Este documento apresenta a definição

⁵ Mais informações disponíveis em <http://globalcompact.pt/about/un-global-compact> (último acesso em: 11 Setembro de 2019).

⁶ Mais informações disponíveis em: <https://www.ethos.org.br/conteudo/indicadores/> (último acesso em: 11 de Setembro de 2019)

de pontos-chave para as empresas realizarem os seus relatórios de sustentabilidade;⁷

- iv. Livro Verde, publicado em 2001 pela Comissão das Comunidades Europeias, com objetivo de promover a responsabilidade social, isto é, a integração voluntária de preocupações sociais e ambientais nas políticas operacionais das empresas e na sua interação com outras partes interessadas. Em 2002, a Comissão Europeia lança um regulamento para completar o Livro Verde, a *Comunicação das Comunidades Europeias: Responsabilidade social das empresas: um contributo das empresas para o desenvolvimento sustentável*.
- v. Início da divulgação da Carta da Terra⁸ (2001) por iniciativa da ONU, a qual consiste numa declaração que define um conjunto de princípios éticos com objetivo de construção de uma sociedade global sustentável;
- vi. Diploma que rege medidas de redução de gases a partir do ano de 2020 (vem dar continuidade ao Protocolo de Quioto), aprovado durante a Conferência das Nações Unidas sobre as mudanças Climáticas de 2015 (Cop21 Paris);
- vii. Agenda 2030, aprovada na Cimeira da ONU, com vista ao desenvolvimento sustentável. Entrou em vigor em 2016 sendo constituída por 17 objetivos de desenvolvimento sustentável e 169 metas a alcançar pelos 193 países pertencentes.

A responsabilidade social tem assim, ao longo do tempo, tomado grandes dimensões, sendo uma preocupação mundial. No que respeito ao seu conceito, vemos que o mesmo atualmente abrange diferentes perspetivas ou áreas, como pode ser observado até legislação nacional. Veja-se o preâmbulo do Decreto-lei 89/2017, de 28 de julho, o qual não só refere essas diferentes áreas como afirma da sua importante contribuição para o desempenho das empresas:

“A responsabilidade social das empresas, demonstrada através da divulgação de informações não financeiras relativas às áreas sociais, ambientais e de governo societário, contribui decisivamente para a análise do desempenho das empresas e

⁷ Estas diretrizes serão apresentadas de forma mais detalhada no Capítulo 2 deste trabalho.

⁸ Para consultar a história da Carta da Terra, veja-se <https://earthcharter.org/discover/history-of-the-earth-charter/#> (último acesso em: 11 de setembro de 2019).

do seu impacto na sociedade, para a identificação dos riscos de sustentabilidade das mesmas e para o reforço da confiança dos investidores e dos consumidores”.

1.1.1. Europa

A primeira demonstração na Europa de alguma responsabilidade social começa a ocorrer em finais dos anos 50, após o estudo de Bowen (1935) ter revelado tamanho impacto nos Estados Unidos. Ao contrário deste país, a Europa tentava através de organismos governamentais responder a todas as exigências sociais afastando as empresas desta problemática.

Em 1968 nasce a primeira entidade para debater a política económica internacional, essencialmente com foco no meio ambiente e o desenvolvimento sustentável intitulada “Clube de Roma”, fundada pelo industrial italiano Aurelio Peccei e pelo cientista escocês Alexander King (Faria, 2015a).

Em 1993, o Presidente da Comissão Europeia, Jacques Delors, promove o combate à pobreza e à exclusão social, dando um grande empurrão às temáticas da responsabilidade social.

Em 2000, o Conselho Europeu de Lisboa formulou um apelo especial ao sentido da responsabilidade social do meio empresarial, essencialmente estimulando melhores práticas em matéria de aprendizagem ao longo da vida, organização do trabalho, igualdade de oportunidades, inclusão social e desenvolvimento sustentável. Este acaba por ser ratificado em 2009 com o objetivo de reforçar a coesão social.

Tal como já referido, em 2001, a Comissão Europeia publica o “Livro Verde - Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas”, sendo este o primeiro passo para uma alteração da forma como as empresas europeias encaravam a responsabilidade social. O seu objetivo consiste em alertar as empresas para explorarem ao máximo as experiências existentes, incentivar o desenvolvimento de práticas inovadoras, aumentar a transparência, bem como a fiabilidade da avaliação e da validação (Comissão das Comunidades Europeias, 2001). Em 2002, a Comissão Europeia lança uma comunicação para completar o Livro Verde, titulada de “Responsabilidade Social das Empresas: Um contributo das empresas para o desenvolvimento sustentável”. Este documento pretendia reforçar os objetivos da União Europeia (UE) em ter uma economia baseada no conhecimento mais dinâmico e competitivo do mundo, capaz de garantir um

crescimento económico sustentável, com mais e melhores empregos, e com maior coesão social apoiando-se na responsabilidade social, e pretendendo que fosse atingido até 2010. (Comissão das Comunidades Europeias, 2002).

Em 2006, a Comissão Europeia fomenta uma parceria (Aliança Europeia) que pretende ajudar a conciliar as ambições económicas, sociais e ambientais da Europa. A Comissão optou por uma abordagem voluntária, que é mais eficaz e menos burocrática. Uma vez que a responsabilidade social empresarial consiste numa conduta voluntária das empresas, apenas a podemos incentivar se colaborarmos com elas. A Europa precisa de um clima público no qual os empresários sejam apreciados não só por obterem bons lucros, mas igualmente por darem uma justa contribuição para enfrentar os desafios da sociedade (Comissão das Comunidades Europeias, 2006).

Com estes trabalhos, nestes últimos anos, o conceito ficou mais consistente tornando-se, também com a ajuda de algumas obrigações legais, mais presente nas empresas. Nomeadamente, a partir de 2014, com a Diretiva 2014/95/UE, surge a obrigação de relatar as temáticas da responsabilidade e da sustentabilidade proferidas pelas grandes empresas. Aguarda-se que esta obrigação se estenda ao resto das empresas e principalmente transforme a realidade das empresas.

1.1.2. Portugal

As primeiras intervenções sociais em Portugal surgem com a criação de Misericórdias ligadas à igreja no século XV. Estas, juntamente com as igrejas e conventos, representavam, durante muitos anos, o pilar essencial de ajuda aos carenciados. A ligação ainda hoje se mantém, tendo, no entanto, nestes últimos anos, o Estado intervindo também neste papel orientando uma redistribuição equitativa, eficiente e responsável dos recursos.

Como na maioria dos países, a industrialização deixou marcas (na maioria negativas) na sociedade, devido à atuação irresponsável das empresas (Faria, 2015a). O não respeito do homem pelo ambiente obrigou o Estado a tomar medidas.

Com o estabelecimento de diversos acordos mundiais e estratégias definidas pela UE, Portugal vê-se obrigado a adotar práticas de responsabilidade social com o intuito de enfrentar desafios de globalização, competitividade, a sociedade de conhecimento e vencer o atraso estrutural que apresenta face a outros países (Santos, Santos, Pereira & Silva, 2006).

Em 1998, surge o Plano Nacional de Desenvolvimento Económico e Social 2000-2006 (Resolução do Conselho de Ministros nº 38/98), onde se consegue obter orientação para um desenvolvimento de um quadro de responsabilidade social num modelo de crescimento, com as seguintes questões:

- i. Visão estratégica e os princípios do ambiente e do desenvolvimento sustentável;
- ii. Produtividade de longo prazo dos recursos disponíveis e a sua mobilização geográfica;
- iii. Garantir o funcionamento dos sistemas naturais do território nacional;
- iv. Promover a investigação multidisciplinar;
- v. Dinamismo da rede social.

No que respeita às condições de trabalho, em 2003, surge o primeiro Plano Nacional de Emprego (2003-2006), o qual apresentava um conjunto de estratégias para as empresas promoverem e implementarem a responsabilidade social junto dos seus trabalhadores (Ministério da Segurança Social e do Trabalho, 2003). Este documento é retificado dois anos mais tarde para incorporação de mais diretrizes sobre a responsabilidade perante os trabalhadores.

O Conselho Económico e Social, em 2003, emite um Parecer de Iniciativa sobre a Responsabilidade Social das Empresas, que advém do Livro Verde, expressando a noção da responsabilidade social, as suas dimensões externa e interna, as vantagens e as iniciativas a desenvolver em Portugal para integrar as empresas neste novo enfoque mundial (Melícias, 2003). As publicações do Conselho Económico e Social, tem surgido quase todos os anos para melhorar o desenvolvimento sustentável, a coesão social e as condições de trabalho.

Para além de documentos de orientação e da imposição de algumas obrigações legais, ao longo dos anos foram emergindo outras iniciativas de apoio às empresas para desenvolver estratégias de responsabilidade social empresarial, como por exemplo prémios, apoios financeiros e a alterações na lei do mecenato.

Muito recentemente, em concreto a partir de 2018, as empresas portuguesas de grande dimensão passam a ter a obrigação de apresentar o relatório de sustentabilidade estipulado no Decreto-Lei n.º 89/2017, de 28 de julho. Esta nova obrigação recai sobre as grandes

empresas e as empresas-mãe de um grande grupo, que tenham o estatuto legal de entidades de interesse público⁹ e que tenham em média mais de 500 trabalhadores.

Segundo depoimentos de Mário Parra da Silva, representante português do United Nations Global Compact, presente no seminário de “Responsabilidade Social das Empresas em Portugal: Perspetivas e Desafios” ocorrido em 2019, a maioria das empresas em Portugal apresenta uma fraca adesão às atividades sustentáveis sendo os relatórios bastante extensos, mas depois de muito espremidos pouca coisa resta.

Apesar desta suposta fraca adesão, existem em Portugal um número considerável de instituições que apoiam esta temática. Na Tabela 1-1 encontram-se algumas entidades que têm dado um contributo considerável no crescimento da responsabilidade social e no desenvolvimento sustentável em Portugal.

⁹ Os critérios de qualificação de entidades de interesse público encontram-se definidos o artigo 3.º do Regime Jurídico da Supervisão de Auditoria, publicado na Lei n.º 48/2015, de 9 de setembro.

Tabela 1-1: Instituições com atividade relacionada com a Responsabilidade Social Empresarial

Instituições	Contributo para a responsabilidade social empresarial
	Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial
GRACE¹	Fundada em 2000, é uma associação pioneira, sem fins lucrativos e exclusivamente dedicada à promoção da responsabilidade social empresarial. A GRACE reúne mais de 150 empresas, das mais variadas dimensões e setores de atividade, empenhadas em aprofundar o seu papel no desenvolvimento social das pessoas e das organizações, partilhando a missão há muito assumida: refletir, promover e desenvolver a responsabilidade social corporativa em Portugal.
	Business Council for Sustainable Development Portugal
BCSD Portugal²	Entidade fundada em outubro de 2001, por um conjunto de empresas nomeadamente: Cimpor, The Navigator Company, Sonae e por mais 33 empresas de primeira linha da economia nacional. O seu principal objetivo é o desenvolvimento sustentável. O BCSD é um ator influente e inspirador de novos modelos de negócio, competitivos, inovadores, responsáveis, sustentáveis e inclusivos.
	Associação Portuguesa de Ética Empresarial
APEE³	Fundada em novembro de 2002 por um grupo de profissionais e empresários, tem como objetivo a promoção do desenvolvimento da ética nas organizações, com plena integração nas suas práticas de gestão e, consequentemente, no seu meio envolvente. A responsabilidade social foi desde logo encarada como uma consequência da aplicação prática dos valores éticos da organização. A normalização nacional e internacional é uma das áreas de atuação da APEE, tendo participado por exemplo no processo de desenvolvimento da ISO 26000.
	Secção Portuguesa do CEEP – Centro Europeu de Empresas de Serviços de Interesse Geral em Bruxelas
CEEP Portugal⁴	Criado em 2002, tem como missão contribuir para o desenvolvimento económico e social de Portugal, defendendo os interesses dos seus associados no contexto dos objetivos da Coesão Social e Territorial que a União Europeia se propõe atingir, nomeadamente através da garantia dada aos cidadãos quanto ao acesso a serviços de interesse económico geral em termos de quantidade, preço e qualidade.
	Global Compact Network Portugal
UN GCNP⁵	Constituída em 2007, a rede portuguesa da Global Compact reúne os subscritores da iniciativa com sede ou que operam em Portugal. A sua visão é a de uma economia mais sustentável e inclusiva mediante a promoção de uma relação mais benéfica e cooperativa entre as empresas e as sociedades, promovendo os objetivos da ONU. Apesar de ter regulamentação própria, não tem personalidade jurídica sendo suportada pela APEE.

Fonte: Elaboração própria

¹ Mais informações disponíveis em: <http://www.grace.pt/>

² Mais informações disponíveis em: <https://www.bcsdportugal.org/>

³ Mais informações disponíveis em: <http://www.apee.pt/>

⁴ Mais informações disponíveis em: <http://www.ceep-portugal.pt/>

⁵ Mais informações disponíveis em: <http://globalcompact.pt/>

1.2. Modelos de Responsabilidade Social Empresarial

Ao longo dos anos o tema da responsabilidade social empresarial tem sido alvo de crescente número de estudos, levando a que tenham surgido inúmeras teorias e diferentes abordagens. De seguida, procura-se apresentar três modelos que se destacam na literatura desta temática.

1.2.1. Modelo de Carroll (1979)

Carroll (1979) começa a dar os primeiros passos no tema de responsabilidade social, no seu artigo “*A three dimensional conceptual model of corporate social performance*”. Nesta altura, já eram extensos os pensamentos sobre responsabilidade social, uns mais amplos, outros mais restritos, surgindo a dúvida sobre quais as questões económicas, legais ou voluntárias que estão sob a alçada das responsabilidades sociais das empresas. No seu trabalho, Carroll sugere três preocupações distintas do desempenho social empresarial que devem, de alguma forma, ser articulados e inter-relacionados:

- i. Uma definição básica de responsabilidade social, questionando se a responsabilidade vai além das preocupações económicas e legais;
- ii. Uma enumeração das questões para as quais existem responsabilidades sociais (como por exemplo no ambiente, segurança do produto, discriminação, etc.) e quais são as responsabilidades da empresa;
- iii. Uma especificação da filosofia de resposta, discutindo se a empresa deve reagir aos problemas ou deve ter um comportamento proactivo.

Estas preocupações têm sido desmistificadas ao longo dos anos, de forma a ajudar as empresas a encontrarem as respostas às questões colocadas anteriormente. Carroll (1979) defende que estas preocupações podem ser integradas num modelo de desempenho social empresarial, em que o foco do desempenho deve passar a ser o resultado numa base de responsabilidade social. No desenvolvimento desta estrutura conceptual existe a necessidade de conseguir especificar a natureza da responsabilidade, as estratégias de resposta e os *stakeholders* interessados. Com o decorrer do tempo, a ênfase nas questões sociais ou éticas escolhidas pela empresa tem tendência a se alterar e adaptar, de acordo com o setor no qual se encontra inserida e o negócio em si próprio.

Na Tabela 1-2, apresenta-se as diferentes dimensões conforme o modelo tridimensional de Carroll (1979).

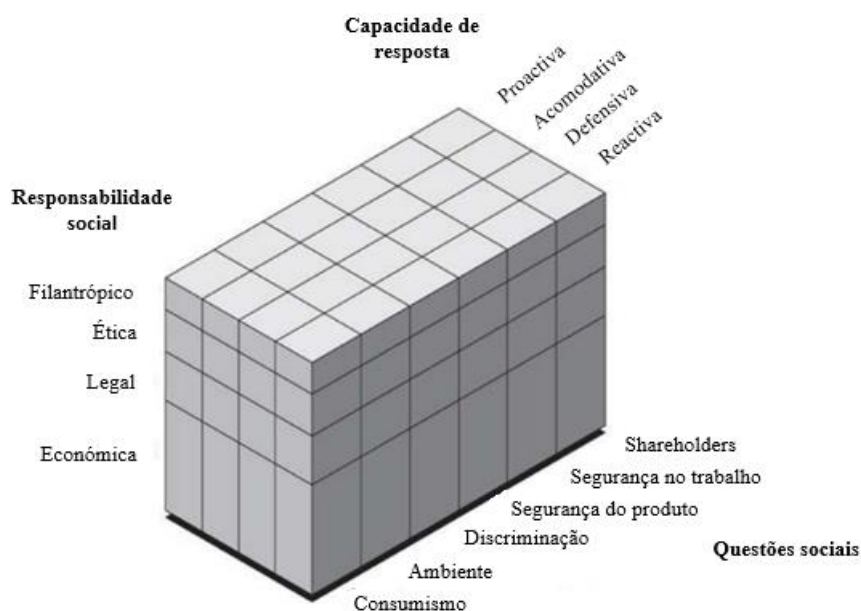
Tabela 1-2: Dimensões do Modelo de Desempenho Social Empresarial de Carroll (1979)

Dimensão I Categorias de Responsabilidade Social	Económica	A responsabilidade social da empresa é produzir bens e/ou serviços para serem vendidos posteriormente com lucro.
	Legal	As responsabilidades económicas focam o cumprimento do estipulado na lei.
	Ética	A responsabilidade ética da empresa corresponde a cumprir com as expectativas da sociedade dentro da lei tendo um comportamento correto e adequado.
	Filantropico	A empresa deve realizar atos voluntários para promover a melhoria da sociedade.
Dimensão II Filosofia de Responsabilidade Social	Reativa	A empresa é obrigada a melhorar os seus resultados sociais devido à pressão de causas externas como por exemplo leis.
	Defensiva	A empresa é obrigada a abordar o conceito de responsabilidade social empresarial devido às pressões externas.
	Acomodativa	As empresas são responsáveis e praticam atividades de voluntariado porque são responsáveis e querem fazer o que está certo, mas não analisam os resultados dessas ações.
	Proativa	A empresa planeia antecipadamente os seus passos no desenvolvimento da responsabilidade social empresarial com o intuito de desenvolver atividades aceites pela sociedade em que se encontra inserida e desenvolver estratégias para abordar esta matéria.
Dimensão III Questões sociais abrangidas	Acionistas	Estas são as questões que a empresa pode "trabalhar" de uma maneira socialmente responsável, podendo variar consoante o tipo de organização, o setor em que se encontra inserida ou o mercado onde atua.
	Segurança no trabalho	
	Segurança do produto	
	Discriminação	
	Ambiente	
	Consumismo	

Fonte: Adaptado de Joyner & Payne (2002, p. 304)

Na primeira dimensão, encontramos a definição de responsabilidade social, incluindo todos os seus componentes económico, legal, ético e filantrópico. Na segunda, o autor engloba as diferentes formas possíveis de resposta da empresa. A terceira diz respeito à variedade de questões sociais ou de partes interessadas, que a empresa deve abordar nas duas primeiras dimensões.

Este modelo é esquematizado por Carroll (1979) num sólido tridimensional o qual se encontra repartido por cada uma das categorias apresentadas (Figura 1-1). Note-se que a área ocupada pela categoria económica é bastante superior às áreas de cada uma das restantes categorias, realçando assim, o objetivo de obtenção de lucro das empresas. Carroll (1979) reforça assim que a responsabilidade económica não pode ser descorada, senão as restantes podem ser colocadas em dúvida.



Fonte: Adaptado de Carroll (1979, p. 503)

Figura 1-1: Modelo de Desempenho Social Empresarial de Carroll (1979)

Este modelo pretendia ser útil a estudantes e gestores. Para os académicos, seria uma ajuda na distinção e interligação entre as diferentes concepções de responsabilidade social empresarial que chegavam da vasta literatura. Já para os gestores, o modelo esclarece que a responsabilidade social não está separada do desempenho económico. Efetivamente, o modelo integra preocupações económicas numa estrutura de desempenho social, e também coloca expectativas éticas e filantrópicas no trabalho económico e legal. Com este modelo, o autor pretendia fornecer algumas ferramentas que ajudem as partes interessadas a questionar soluções para os problemas. Embora não forneça a resposta sobre até onde a organização deva ir, pretendia fornecer uma estrutura que as empresas pudessem utilizar para obter um desempenho social mais eficaz.

Além disso, o modelo poderia ser usado como uma ferramenta para a resolução de problemas de planejamento e diagnóstico. Em concreto, poderia auxiliar o órgão de gestão a identificar as categorias em que a organização e as suas decisões pudessem estar situadas.

Posterior a este modelo inicial existiram várias extensões, reformulações ou reorientações, até mesmo do próprio autor (Carroll & Buchholtz, 2015).

1.2.2. Modelo de Carroll (1991)

Em 1991, Carroll defende que o conceito de *Corporate Social Perfomance* evoluiu para *Corporate Social Responsibility* (CSR). O autor argumenta que o modelo anterior era muito focado nos resultados, sendo necessário adaptar-se a um conceito mais global, mais focado no desempenho social e que implemente metas e programas sociais em todas as decisões da empresa. A responsabilidade social empresarial deve ser enquadrada pelos gestores em todos os setores do negócio, tendo o autor sugerido agora quatro tipos de responsabilidade para se obter a responsabilidade social empresarial total: económico, legal, ético e filantrópico. Estes quatro componentes constituem a famosa pirâmide de Carroll, na qual se enfatiza o significado da ética e da filantropia (Figura 1-2).



Fonte: Adaptado de Carroll (1991, p. 42)

Figura 1-2: Pirâmide de Carroll (1991)

Na base da pirâmide encontra-se a responsabilidade económica. Analisando a história das empresas, todas elas foram e continuam a ser constituídas com o objetivo primordial de obter lucro, sendo o seu dever principal produzir bens e serviços que a sociedade deseja e vendê-los de forma rentável. A sociedade incentivava o empreendedorismo apenas com bases económicas.

Num segundo nível, Carroll (1991) aloca a responsabilidade legal. A sociedade defendia que as empresas tinham de produzir para obter lucros, sendo que, ao mesmo tempo, necessitavam de cumprir as leis e regulamentos promulgados pelo Estado. A sociedade espera que as empresas obtenham os seus objetivos económicos cumprido a lei, nomeadamente, cumprindo padrões de segurança e de proteção do ambiente. Para o legislador, este cumprimento da lei era visto como operações justas para a sociedade. A obrigação legal foi se desenvolvendo ao mesmo tempo que a económica.

As responsabilidades referidas anteriormente têm algumas normas éticas, mas ficam muito além do esperado. Assim, é incorporado no modelo um nível de responsabilidade ética. Nesta dimensão incorporam-se normas que refletem preocupações com os consumidores, funcionários, acionistas e toda a comunidade envolvente, respeitando os direitos morais de cada parte e considerando as consequências das suas ações, evitando prejudicar terceiros. Passam a ser exigidos valores e normas éticas às empresas, acima do estipulado na lei.

No topo da pirâmide ficam as responsabilidades filantrópicas. Esta dimensão engloba as ações sociais levadas a cabo pela empresa em resposta às expectativas da sociedade para que a mesma seja entendida como uma boa cidadã empresarial. O autor defende a prática de atividades para além da obrigatoriedade legal e ética, desenvolvendo programas para promover o bem-estar ou a boa vontade humana. Exemplos deste tipo de responsabilidade são a formação dos trabalhadores, disponibilidade de meios financeiros e de tempo à comunidade, cuidado com as ações prejudiciais ao ambiente, entre outras.

A Tabela 1-3 resume os pontos-chave de cada componente da responsabilidade social empresarial deste modelo.

Tabela 1-3: Componentes da responsabilidade social empresarial

Componentes da Responsabilidade Social Empresarial			
Económica	Legal	Ética	Filantrópica
<ul style="list-style-type: none"> ● Consistência em maximizar as ações 	<ul style="list-style-type: none"> ● Expetativas consistentes na lei 	<ul style="list-style-type: none"> ● Respeitar os costumes da sociedade 	<ul style="list-style-type: none"> ● Manter as expectativas da sociedade
<ul style="list-style-type: none"> ● Ser lucrativo 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cumprir as leis 	<ul style="list-style-type: none"> ● Evoluir com as normais adotadas pela sociedade 	<ul style="list-style-type: none"> ● Apoiar áreas em propensão
<ul style="list-style-type: none"> ● Forte posição competitiva 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cidadão social 	<ul style="list-style-type: none"> ● Não esquecer a ética para obter objetivos económicos 	<ul style="list-style-type: none"> ● Participação em atividades voluntárias
<ul style="list-style-type: none"> ● Bom nível de eficiência operacional 	<ul style="list-style-type: none"> ● Sucesso ligado ao cumprimento das leis 	<ul style="list-style-type: none"> ● Boa cidadã moral e ética 	<ul style="list-style-type: none"> ● Incentivar e apoiar a formação
<ul style="list-style-type: none"> ● Consistência na rentabilidade 	<ul style="list-style-type: none"> ● Produtos que cumpram os requisitos mínimos legais 	<ul style="list-style-type: none"> ● Integridade ética não é mera conformidade 	<ul style="list-style-type: none"> ● Apoiar melhorias da qualidade de vida da Comunidade

Fonte: Adaptado de Carroll (1991, pp. 40-41)

1.2.3. Modelo *Triple Bottom Line*

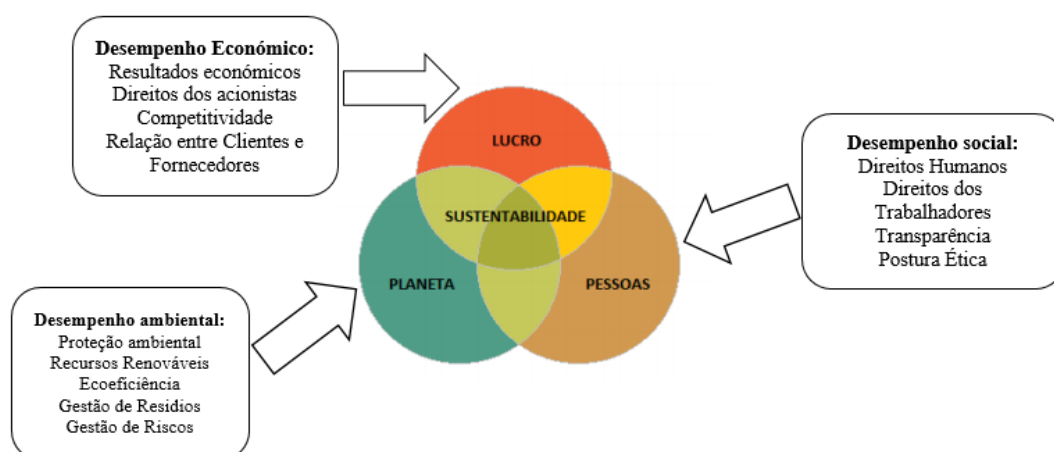
A estratégia das empresas tem sofrido adaptações ao longo do tempo, sendo atualmente reconhecido que o sucesso económico e financeiro tem de englobar valores de sustentabilidade e regras sociais, estando integrado na sua conduta empresarial a responsabilidade social. Os objetivos das empresas têm de ter em conta o impacto económico e financeiro, mas também o impacto social e ambiental. Esta mentalidade estrutural tem por base um desenvolvimento e futuro sustentável, que se apoia no modelo *Triple Bottom Line*: a teoria dos três P (*People*, *Planet* e *Profit*), sendo também definida como os três E (Economia, Ecologia e Equidade). Este modelo foi articulado em 1997 pelo britânico John Brett Elkington (Mattiodal & Cancigliari, 2012).

Elkington (1997) apresenta o paradigma de negócios sustentáveis. Apesar de não ser novo, defende que o conceito de sustentabilidade está um pouco limitado ao ambiente, assumindo que o mesmo deve ser mais amplo. O autor afirma que é necessário cumprir o *Triple Bottom Line*, para a empresa ser sustentável e estabelece as sete dimensões de um

futuro sustentável, “*thinking in 7D*”. Segundo este, as sete dimensões que devem originar mudanças de paradigma são:

- i. Os mercados (de submissão para concorrência);
- ii. Os valores (de rígidos para flexíveis);
- iii. A transparência (de fechado para aberto);
- iv. A tecnologia do ciclo de vida (de produto para função);
- v. As parcerias (de desunião para simbiose);
- vi. O tempo (de mais intenso para mais longo);
- vii. A organização corporativa (de excludente para inclusiva).

A interpretação comum do modelo *Triple Bottom Line* pode ser vista a partir do seu diagrama popular na Figura 1-3, em que o desempenho da sustentabilidade é a área sobreposta pelas três dimensões (económica, social e ambiental).



Fonte: Adaptado de Faria (2015a, p. 19)

Figura 1-3: Modelo Triple Bottom Line

O modelo *Triple Bottom Line* é um modelo atualmente utilizado pelas empresas para elaboração dos relatórios de sustentabilidade. Como verificamos na figura anterior é um modelo bastante completo, uma vez que faz referência a três grandes dimensões da responsabilidade social: económica, ambiental e social, com o intuito principal de se tornarem empresas sustentáveis.

A sustentabilidade é a condição necessária para as empresas se manterem atualmente no mercado em que se encontram inseridas. Por isso, este modelo, apesar de ser de 1997, encontra-se bastante atual e como se verificou no trabalho empírico existem empresas a utilizarem este modelo na elaboração dos seus relatórios de responsabilidade social.

1.3. Teorias associadas à Responsabilidade Social Empresarial

Garriaga e Méle (2004) defendem que a responsabilidade social empresarial pode ser classificada segundo as teorias e abordagens sobre realidade social: economia, política, integração social e ética. Segundo os autores, este pensamento é baseado em quatro aspetos que podem ser observados em qualquer sistema social: adaptação ao meio ambiente (relacionado com recursos e economia), cumprir as metas estipuladas (relacionadas com a política), integração social e padronizar cultura e valores. Esta hipótese leva a classificar a teoria em quatro grupos: teorias instrumentais, teorias políticas, teorias integrativas e teorias éticas.

As teorias instrumentais incluem as teorias que defendem que a empresa é um instrumento de criação de riqueza e maximização do valor do acionista, sendo esta a sua única responsabilidade social. A atividade social apenas é aceite se não contrair a criação de riqueza e utilizada como uma ferramenta estratégica para atingir apenas objetivos económicos. Um dos maiores defensores desta análise é Friedman (1970).

A preocupação com o lucro não exclui o atender às necessidades dos interessados pela empresa, de tal forma que em determinadas condições o investimento em atividade sociais maximiza o valor do acionista e por conseguinte aumenta os lucros (McWilliams & Siegel, 2001). A relação entre a responsabilidade social e o desempenho financeiro foi considerado positivo por diversos autores, apesar de outros alertarem para a dificuldade em realizar esta medição.

Consoante os objetivos económicos da empresa, é possível identificar nas teorias instrumentais três grupos distintos (Garriaga & Mele, 2004):

- i. No primeiro grupo, o objetivo é a maximização do valor do acionista sendo considerado na maioria das vezes um objetivo de curto prazo. Neste ponto, o investimento em causas sociais, desde que produza aumento do valor do acionista, deve ser realizado, sendo esta abordagem explícita pela teoria da agência. Atualmente os acionistas já aceitam a satisfação dos interesses das outras partes interessadas pela empresa, como intuito de estabelecer trocas entre *stakeholders* e maximizar o lucro a longo prazo.
- ii. No segundo grupo, o objetivo é estratégico e procura alcançar vantagens a longo prazo, ou seja, gerir recursos para se obter objetivos sociais e uma vantagem competitiva a longo prazo. Podemos analisar este grupo de três

formas: investimentos sociais em contexto competitivo (investir em atividades filantrópicas pode ser a única forma para se obter vantagem competitiva e criar um maior valor social da empresa), visão baseada em recursos naturais da empresa e suas capacidades dinâmicas (a capacidade da empresa ser melhor que os seus concorrentes depende da interação que tem com os recursos humanos, organizacionais e físicos ao longo do tempo), e a sua gestão, para torná-los numa vantagem competitiva.

- iii. No terceiro grupo, os objetivos prendem-se com *marketing* associado a causas, ou seja, a empresa contribui para causas sociais que lhe trazem maior visibilidade. A empresa constrói a sua imagem através da associação à dimensão ética e à responsabilidade social. Pode-se definir este grupo como sendo um suporte de *marketing* relacionado a causas que concebem uma reputação de empresa confiável e honesta, criando a certeza nos clientes que os produtos serão de alta qualidade e preferível aos dos concorrentes.

As teorias políticas englobam as teorias que dão relevância ao poder social, especificamente nas relações políticas com a sociedade. As abordagens que se inserem nesta teoria são a cidadania e constitucionalismo empresarial. Cidadania empresarial não é um termo novo, sendo, nos anos 80, interpretado como o relacionamento entre empresas e sociedade na área da cidadania, onde o Estado não conseguia chegar. A filantropia, o investimento social e determinadas responsabilidades assumidas em relação à sociedade amplificam o termo de cidadania empresarial, conseguindo algumas vezes substituir o Estado e posteriormente obter parcerias importantes. Constitucionalismo empresarial deriva de uma teoria defendida por Davis (1960), na qual ele explora o poder que o negócio tem na sociedade e impacto social desse poder, considerando que o poder tem a capacidade de influenciar o equilíbrio de mercado (Garriaga & Melé, 2004).

As teorias integrativas analisam como a empresa deve integrar as exigências sociais, argumentando que depende da sociedade para existir, continuar e crescer. As exigências sociais são geralmente associadas à forma como a sociedade interage com a empresa e lhe confere uma certa legitimidade e prestígio. Estas teorias fazem uma abordagem da importância dos seus *stakeholders* e da sua inclusão para se obter um desempenho social empresarial considerável (Garriaga & Mele, 2004).

As teorias éticas concentram-se nos requisitos éticos que consolidam a relação da empresa e sociedade, baseando-se em princípios que expressam o que se deve fazer de correto para se alcançar uma boa empresa e aceitarem responsabilidades sociais como um dever ético. As abordagens desta teoria assentam na teoria normativa dos *stakeholders*, no desenvolvimento sustentável, nos direitos universais e na busca para o bem comum.

1.4. Dimensões de atuação de Responsabilidade Social Empresarial

Um dos documentos que ajudou na promoção da responsabilidade social empresarial pelos países da UE foi o já referido Livro Verde, divulgado em 2001. Na definição apresentada para responsabilidade social empresarial, a Comissão das Comunidades Europeias realça a necessidade de a mesma ser analisada a partir de duas dimensões: a interna e a externa.

1.4.1. A dimensão interna

A responsabilidade social, na dimensão interna, envolve quatros âmbitos: a gestão dos recursos humanos, a saúde e segurança no trabalho, a adaptação à mudança, e a gestão do impacto ambiental e dos recursos naturais.

A gestão dos recursos humanos é um dos maiores desafios que as empresas enfrentam atualmente. Com o aumento da competitividade e o emergir da globalização, a necessidade de trabalhadores competentes e qualificados é uma necessidade constante. Para lidar com estas necessidades, a empresa deve procurar inovar encontrando novas formas de atrair e manter a mão-de-obra qualificada na empresa. Para tal, pode, por exemplo, adotar políticas de formação contínua, melhorar o equilíbrio entre a vida profissional e familiar, conceber modelos de remuneração e de progressão na carreira, promover a igualdade de direitos e deveres, e estabelecer regimes de participação nos lucros e no capital da empresa. Para além da procura e retenção de mão-de-obra qualificada através de mecanismos atrativos para os trabalhadores, é necessário fomentar a prática de recrutamentos não discriminatórios com o intuito de evitar a exclusão de certos grupos sociais (tais como, minorias étnicas, pessoas de idade mais avançada, mulheres, desempregados de longa duração e pessoas em situação de desvantagem no

mercado de trabalho) e criar meios de incentivo para a formação de trabalhadores menos qualificados ao longo da vida.

Relativamente à área da saúde e segurança no trabalho, o Livro Verde assume que as medidas socialmente responsáveis devem derivar essencialmente de medidas legislativas e no seu *enforcement*. Atualmente, cada vez mais as empresas procuram evitar custos fixos, levando a um acréscimo da externalização do trabalho, sendo complicado o controlo das condições de saúde e trabalho (a qual fica à responsabilidade dos contratantes). Com estas evoluções, o Governo tem intensificado formas complementares de inculcar uma cultura de prevenção, elevando os níveis de saúde e segurança no trabalho. Estas preocupações estendem-se também à qualidade dos produtos/serviços disponibilizados pelas empresas, tendo levado ao lançamento de programas de certificação dos produtos e programas de certificação de sistemas de gestão e subcontratação.

A capacidade de adaptação à mudança deve ser desenvolvida constantemente pelas empresas, de forma a que os recursos estejam preparados para ações de reestruturação. A reestruturação das empresas de forma socialmente responsável engloba os interesses de todas as partes que serão afetadas pelas mudanças e decisões, com o intuito de não prejudicar a motivação, a lealdade, a criatividade e a produtividade dos trabalhadores e colocar em risco os objetivos predefinidos.

A inclusão no Livro Verde da vertente de gestão do impacto ambiental e dos recursos naturais, em termos de medidas socialmente responsáveis, tem como objetivos reduzir a exploração dos recursos e reduzir as emissões poluentes, para atenuar os impactos ambientais. Estas medidas possibilitam a redução de despesas na eliminação de resíduos e, em contrapartida, provocam um aumento dos lucros e reforçam a competitividade. Atualmente, subsistem cada vez mais programas com requisitos ambientais estipulados pela Comunidade Europeia e por cada Governo, com intuito de recompensar as empresas que voluntariamente assumem compromissos de eficácia ambiental.

1.4.2. A dimensão externa

Na dimensão externa, a responsabilidade social ultrapassa a esfera da própria empresa e estende-se à comunidade local, englobando trabalhadores, acionistas, clientes,

fornecedores, autoridades públicas que exercem a sua atividade na mesma zona de atuação da empresa.

A dimensão externa da responsabilidade social, segundo o Livro Verde, também deve ser analisada em quatro vertentes diferentes: comunidades locais, parceiros comerciais, fornecedores e consumidores, direitos humanos e preocupações ambientais globais.

A responsabilidade social das empresas traduz-se na criação de uma relação de proximidade com as comunidades locais, seja a nível europeu ou a nível internacional. A importância de as empresas contribuírem para o bem-estar, a estabilidade e a prosperidade da sua envolvente é cada vez mais importante, com o intuito de melhorar a sua reputação e a sua competitividade. Nesta sua proximidade com a comunidade, a empresa deve também abranger o meio físico local, dando importância as questões ambientais.

Nas suas relações comerciais, as empresas necessitam de estabelecer relações com parceiros comerciais, fornecedores e consumidores. A procura de parceiros e fornecedores com práticas responsáveis deve ser uma constante, com o objetivo primordial de consolidar e trazer vantagens para ambas as partes. No que respeita aos consumidores, a empresa deve compreender as suas necessidades e expectativas para conseguir fornecer de uma forma ética, eficiente, e ecológica e consolidar uma relação duradora que contribuirá para lucros superiores.

A responsabilidade social, cada vez mais, tem uma vertente considerável em relação aos direitos humanos. Cientes disso, a UE e os Governos têm vindo a estabelecer disposições legais e normas vinculativas, com objetivo de evitar violações generalizadas dos direitos humanos. Para além disso, a pressão efetuada pelas organizações não-governamentais (ONG), consumidores e comunidade envolvente tem levado as empresas a adotar voluntariamente medidas responsáveis que abrangem condições de trabalho, direitos humanos e aspetos ambientais. Com estas atitudes, procuram um melhoramento da imagem da empresa.

Neste campo, também se tem vindo a assistir a uma preocupação acrescida com a corrupção, sendo fundamental para promover a transparência das empresas e melhorar os mecanismos de apresentação de relatórios da responsabilidade social de cada empresa.

Por fim, as preocupações ambientais globais. A maioria dos problemas ambientais tem origem na atividade das empresas e na exploração exaustiva dos recursos, sendo necessário tomar medidas cada vez mais rigorosas.

2. RELATO DE INFORMAÇÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

2.1. A necessidade do relato das políticas de responsabilidade social

Desde o surgimento de sociedades cujo capital se encontra separado da gestão, que as organizações (em concreto, o seu órgão de gestão) se veem na obrigação de transmitir determinadas informações aos seus *stakeholders*. Ao longo dos anos, e devido a inúmeros fatores, tais como, uma maior complexidade nas transações ou a insaciabilidade (de informação) por parte dos interessados, temos vindo a assistir a um aumento da informação relatada na prestação de contas, no que respeita a quantidade e qualidade.

Por tradição, as informações apresentadas nos Relatórios & Contas das empresas eram maioritariamente financeiras e, durante imensos anos, o lucro e a posição financeira eram a única preocupação¹⁰. Pese embora esta importância da informação financeira, com o emergir da globalização, as novas formas de competitividade, a inovação do acesso à informação e as alterações tecnológicas constantes, as empresas tiveram a necessidade de repensar as suas estratégias de comunicação de forma a atingir positivamente o seu público-alvo (Faria, 2015b). Estas mudanças vieram colocar em causa a sobrevivência das empresas com estratégias focadas apenas na maximização do valor do acionista e do puro lucro.

Com a constante mutação dos negócios, foram-se alterando os comportamentos de quem informa e dos utilizadores dessa informação, os quais sentem cada vez mais a necessidade de obter informações de outra natureza, como por exemplo, social e ambiental.

Com este cenário assiste-se a uma crescente preocupação e consciencialização da importância da responsabilidade social nas empresas (Duarte, Jesus, Silva & Pinheiro, 2006). As teorizações sobre a responsabilidade social empresarial, que desde cedo surgiam nas redes académicas, foram sendo, cada vez mais, incorporadas na gestão das empresas. Efetivamente, é considerado que *“o sucesso das empresas e os benefícios duradouros para os agentes seus associados não se obtêm através de uma tónica na maximização de lucros a curto prazo, mas sim de um comportamento orientado pelo*

¹⁰ A informação financeira atualmente divulgada é revestida de características que lhe conferem uma importância e fiabilidade cada vez maior e, sobretudo, pode ser analisada e comparada em qualquer parte do mundo, uma vez que os seus critérios elaboração e apresentação são cada vez mais universais.

mercado, porém coerente e responsável. As empresas estão conscientes de que podem contribuir para o desenvolvimento sustentável, gerindo as suas operações de modo a consolidar o crescimento económico e aumentar a competitividade, ao mesmo tempo que asseguram a defesa do ambiente e promovem a responsabilidade social, incluindo os interesses dos consumidores” (Comunicação da Comunidades Europeias de julho, 2002, p. 5).

Tal como referido, as empresas têm vindo a incorporar nas suas políticas de gestão preocupações sociais e ambientais, procurando seguir práticas sustentáveis que reforcem a competitividade da sua empresa. Estas novas circunstâncias conduziram à exigência por parte dos *stakeholders* de diferentes informações de natureza social, verificando-se a necessidade do seu relato.

2.2. O processo do relato de responsabilidade social

2.2.1. O veículo para o relato de responsabilidade social

A comunidade tem pressionado para a criação de diversas peças financeiras e não financeiras, com informação de natureza quantitativa e qualitativa, interna e externa, com a finalidade de divulgar as ações e resultados da responsabilidade social das empresas. Para responder a tal, as empresas podem recorrer a diversos instrumentos, tais como o *marketing* social, o balanço social, indicadores sociais, índices de mercado, etc., dependendo do tipo de empresa e do tipo de informação que querem divulgar aos *stakeholders* (Faria, 2015b).

O *marketing* social é considerado uma técnica estratégica que procura associar a empresa a uma causa social relevante, de modo a atingir de forma positiva os seus *stakeholders*. Cada vez mais, a empresa associa-se a causas de responsabilidade social tendo em foco as necessidades da sociedade ao seu redor. Estas campanhas trazem diversos benefícios para a empresa como por exemplo: credibilização e fortalecimento da marca; associação a projetos sociais e reconhecimento social; maior rentabilidade; valorização do serviço e produto; aumento de vendas; exposição publicitária acrescida, entre muito outros. O *marketing* social não é propriamente uma peça financeira, sendo considerado um veículo de informação, uma vez que consegue divulgar informações financeiras sobre determinadas ações sociais da empresa de uma forma mais próxima e rápida com o seu meio envolvente (Faria, 2015a).

Por exigência legal, as empresas apresentam anualmente as demonstrações financeiras acompanhadas do Relatório de Gestão (conjunto conhecido como Relatório & Contas), sendo expresso e analisado o desempenho e a posição financeira da empresa em diversos mapas contabilísticos específicos assim como em informação qualitativa. Este documento é considerado por muitos autores como um meio privilegiado de informação, podendo ser constituído por diversos elementos financeiros e não financeiros.

Já no que respeita à divulgação de informação não financeira, como por exemplo, social e ambiental, não foi desde logo definida regulamentação própria, o que leva a certas críticas. De facto, a liberdade de escolha da forma de relato de informação não financeira gera falta de comparabilidade de resultados, de práticas sociais, de níveis de *performance*, estratégias, e impactos ambientais, além de não garantir a fiabilidade da informação divulgada (Faria, 2015b).

A vertente da responsabilidade social relacionada com os recursos humanos já é, em Portugal, alvo de relato desde há alguns anos através do Balanço Social.

O Balanço Social foi criado em 1985, sendo um instrumento de análise e divulgação do trabalho social desenvolvido pelas empresas, de forma interna e externa, relacionado especificamente com os recursos humanos. Sendo considerado uma peça financeira, tem por objetivo divulgar informação contabilística de carácter social dando alguma clareza aos montantes investidos nas áreas sociais e recursos humanos (Rego, Cunha, Costa, Gonçalves & Cardoso, 2007). Este documento era obrigatório para todas as empresas que tivessem mais de 100 trabalhadores.

O Decreto-Lei n.º 190/96, de 9 de outubro, que torna obrigatório o balanço social para todos os serviços e organismos da Administração Pública de maior dimensão, no seu preâmbulo assumia este documento como *“um meio de informação, um utensílio de negociação ou de concertação e um instrumento de planeamento e gestão nas áreas sociais e de recursos humanos. O balanço social fornece um conjunto de informações essenciais sobre a situação social da empresa, pondo em evidência pontos fortes e pontos fracos da gestão social dos recursos humanos, o grau de eficiência dos investimentos sociais e os programas de ação que visem a realização pessoal dos trabalhadores, a sua identificação com a empresa e a melhoria da sua própria vida”*.

Com a Lei n.º 105/2009, de 14 de setembro, introduziu-se um novo sistema de reporte de informação social - o Relatório Único. O Relatório Único consiste num documento

eletrónico, de entrega obrigatória para todas as entidades empregadoras que tenham trabalhadores ao abrigo do Código do Trabalho, referente à atividade social da empresa de um determinado ano. Após o seu preenchimento e a obtenção do Certificado do Relatório Único, as empresas podem gerar automaticamente, o seu Balanço Social.

No entanto, existem outras vertentes a considerar quando se fala de responsabilidade social. As catástrofes ambientais, a corrupção e os escândalos económicos, nas décadas de 80 e 90, trouxeram uma nova visão para as empresas socialmente responsáveis, levando a uma crescente vantagem económica no envolvimento do desenvolvimento sustentável com o desempenho financeiro. Desde esta altura e até aos dias atuais, as questões de sustentabilidade merecem elevado destaque e os *stakeholders* exigem cada vez mais essas informações (Tavares & Azevedo, 2017).

Surtem então os denominados Relatórios de Sustentabilidade. Estes são definidos, segundo a APEE, como um documento que integra informação sobre o desempenho de uma organização, a nível económico, social e ambiental tendo por objetivo prestar contas às partes interessadas, sobre a forma como a organização desenvolve as suas atividades e gere os seus impactos sobre a economia, a sociedade e o ambiente. Estes relatórios pretendem enquadrar as organizações no conceito de desenvolvimento sustentável, ou seja, satisfazer as necessidades da geração atual sem comprometer a capacidade das gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades.

Efetivamente, o crescente interesse pela responsabilidade social das empresas conduz a que, em 2014, pelas mãos da União Europeia, surja a obrigação para algumas empresas de divulgação de um conjunto alargado de informações não financeiras. A emissão da Diretiva 2014/95/UE veio alterar a Diretiva 2013/34/UE no que respeita à divulgação de informações não financeiras por parte de certas grandes empresas e grupos. Assim, o novo artigo 19.º-A n.º 1 da 2014/95/UE exige que as “*grandes empresas que sejam entidades de interesse público e que, à data de encerramento do respetivo balanço, excedam o critério do número médio de 500 empregados durante o exercício financeiro*”, passam a apresentar anualmente uma demonstração não financeira. A importância da divulgação deste tipo de informação é bastante elevada para todas as partes interessadas das empresas, sendo necessário as empresas transmitirem uma visão justa e global das suas políticas, resultados e riscos.

Quanto ao conjunto de informação que deverá ser apresentado nessa demonstração, os diplomas referem os seguintes temas:

- i. questões ambientais, nomeadamente, pormenores relativos aos impactos atuais e previsíveis das atividades das empresas no ambiente, e, se adequado, na saúde e na segurança, na utilização de energias renováveis e/ou não renováveis, nas emissões de gases com efeito de estufa, na utilização da água e na poluição atmosférica;
- ii. questões sociais e relacionadas com os trabalhadores, tais como, ações realizadas para garantir a igualdade entre os géneros, a aplicação das principais convenções da Organização Internacional do Trabalho, as condições de trabalho, o diálogo social, o respeito pelo direito dos trabalhadores à informação e à consulta, o respeito pelos direitos sindicais, a saúde e a segurança no trabalho, o diálogo com as comunidades locais, e/ou as ações realizadas com vista a assegurar a proteção e o desenvolvimento dessas comunidades;
- iii. direitos humanos, o combate à corrupção e às tentativas de suborno, nomeadamente incluindo informações relativas à prevenção da violação dos direitos humanos e/ou aos instrumentos utilizados no combate à corrupção e ao suborno.

O fornecimento destas informações pode ser baseado em sistemas nacionais, da União Europeia, ou internacionais, como por exemplo, o GRI, ISO 26000, Pacto Global das Nações Unidas, entre outras.

Em Portugal, a transposição desta Diretiva ocorre com o Decreto-Lei n.º 89/2017, de 28 de julho, sendo uma transposição muito fiel à versão original criada pela União Europeia. O referido processo de transposição levou à alteração do Código das Sociedades Comerciais (alteração dos artigos 65.º, 451.º e 528.º e aditamento dos artigos 66.º-B, 508.º-G e 546.º) e do Código de Valores Mobiliários (alteração do artigo 245.º-A).

Este decreto veio reforçar a importância da responsabilidade social ser divulgada pelas empresas através da divulgação de informações não financeiras relativas às áreas sociais, ambientais e de governo societário, contribuindo decisivamente para a análise do desempenho das empresas e do seu impacto na sociedade, para a identificação dos riscos de sustentabilidade das mesmas e para o reforço da confiança dos investidores e dos consumidores. A prestação dessa informação por grandes empresas de todos os setores,

com um nível suficiente de comparabilidade em todos os Estados-Membros, permite reforçar a transparência e a coerência da informação não financeira divulgada na União Europeia.

A obrigação da divulgação de informações não financeiras entrou, então, em vigor em Portugal a partir de 2017 para grandes empresas e empresas-mãe de um grande grupo, que tenham o estatuto legal de entidades de interesse público e que tenham em média mais de 500 trabalhadores. A Tabela 2-1 apresenta os critérios a acumular para se verificar a necessidade de divulgar informações não financeiras.

Tabela 2-1: Critérios para obrigatoriedade de apresentação do Relatório de informação não financeira

Grandes empresas	<p>Empresas que excedam pelo menos dois dos três limites definidos no n.º 3 do artigo 9.º, apurados nos termos do artigo 9.º-A, ambos do Decreto-Lei n.º 158/2009, de 13 de julho, com a redação dada pelo Decreto-Lei n.º 98/2015, de 2 de junho:</p> <ul style="list-style-type: none"> i) Total de balanço: 20.000.000 € ii) Total de volume de negócios líquido: 40.000.000 € iii) N.º médio de trabalhadores: 250.
Entidades de interesse público	<p>Entidades consagradas no artigo 3.º do Regime Jurídico de Supervisão de Auditoria, aprovado nos termos do artigo 2.º da Lei n.º 148/2015, de 9 de setembro:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Emitentes de valores mobiliários admitidos à negociação num mercado regulamentado; b) Instituições de crédito; c) Empresas de investimento; d) Organismos de investimento coletivo sob forma contratual e societária, previstos no regime geral dos organismos de investimento coletivo, aprovado pela Lei n.º 16/2015, de 24 de fevereiro; e) Sociedades de capital de risco, as sociedades de investimento em capital de risco e os fundos de capital de risco, previstos no Regime Jurídico do Capital de Risco, Empreendedorismo Social e Investimento Especializado, aprovado pela Lei n.º 18/2015, de 4 de março; f) Sociedades de investimento alternativo especializado e os fundos de investimento alternativo especializado, previstos no Regime Jurídico do Capital de Risco, Empreendedorismo Social e Investimento Especializado, aprovado pela Lei n.º 18/2015, de 4 de março; g) Sociedades de titularização de créditos e os fundos de titularização de créditos; h) Empresas de seguros e de resseguros; i) Sociedades gestoras de participações sociais, quando as participações detidas, direta ou indiretamente, lhes confirmam a maioria dos direitos de voto nas instituições de crédito referidas na alínea b); j) Sociedades gestoras de participações sociais no setor dos seguros e as sociedades gestoras de participação de seguros mistas; k) Fundos de pensões; l) Empresas públicas que, durante dois anos consecutivos, apresentem um volume de negócios superior a 50.000.000 €, ou um ativo líquido total superior a 300.000.000 €.
N.º de trabalhadores	Mais de 500.

Quanto à forma de apresentação, a demonstração não financeira pode ser apresentada de forma integrada no relatório de gestão ou num relatório separado. Caberá ao revisor oficial de contas da empresa atestar se o relatório de gestão anual inclui a demonstração não financeira ou se a mesma foi apresentada separadamente, bem como a política de diversidade aplicada pela empresa.

Efetivamente, a exigência atual e a necessidade de uma abordagem mais integrada e equilibrada da divulgação já tinham levado a *International Integrated Reporting Council* (IIRC), a apresentar, em 2013, o *Integrated Reporting* (Relato Integrado) como sendo um relatório de apresentação de contas futurista (Faria, 2015b). Segundo o IIRC, o relatório integrado pretende ser uma comunicação concisa sobre como a estratégia, a governação, o desempenho e as perspetivas de uma organização, no contexto de seu ambiente externo, que levam à criação de valor a curto, médio e longo prazo.

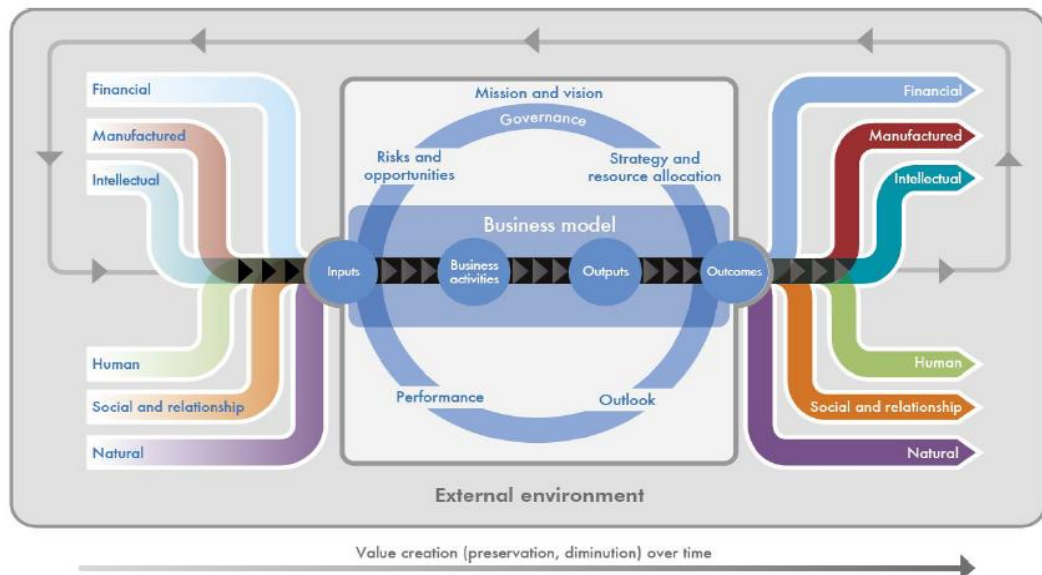
O relato integrado pretende que as empresas passem a apresentar um único relatório contendo informações financeiras e não financeiras, sendo considerado uma abordagem mais ampla do desempenho da empresa e a demonstração da sua dependência em relação aos diferentes recursos, as suas relações e o seu acesso e impacto sobre eles. O IIRC admite que a criação de valor de uma empresa depende do seu ambiente externo, como os desafios ambientais, condições económico-sociais, tecnologia, etc., sendo necessário isso estar explícito no relatório. Os *stakeholders* e investidores atuais exigem cada vez mais informações, sendo importante a interligação e conciliação da informação financeira e não financeira (relatório de contas, de gestão e sustentabilidade num único relatório) para uma melhor tomada de decisão. Para além disso, é importante a empresa demonstrar a sua capacidade de criar valor no curto prazo e também no médio e longo prazo, tornando-se um bom investimento, uma vez que consegue comunicar a sua estratégia sustentável com base na criação de valor ao longo do tempo (Tavares & Azevedo, 2018). A interligação destes diversos componentes é resumida na figura seguinte:



Fonte: International Federation of Accountants (2018).

Figura 2-1: Relação do Relato Integrado

O IIRC demonstra que o relato integrado é basicamente a forma como se desenrola a criação de valor de uma empresa, segundo a Figura 2-2.



Fonte: International Integrated Reporting Council (2013, p. 15)

Figura 2-2: O processo de geração de valor

2.2.2. O conteúdo do relato de responsabilidade social

A informação apresentada nos relatórios de sustentabilidade revela-se de bastante utilidade aos gestores, mas a falta de obrigatoriedade legal e uniformidade na divulgação continua a gerar dúvidas em relação à sua comparabilidade e fiabilidade. Para procurar

colmatar esta questão, têm-se desenvolvido modelos para auxiliar e apoiar o órgão de gestão na formatação da informação a divulgar (Tavares & Azevedo, 2017).

Aquando da publicação do Livro Verde, em 2001, já era evidente que algumas empresas apresentavam relatórios de responsabilidade social focados essencialmente em matérias ambientais, de saúde e de segurança, mas eram escassas outras informações tais como direitos humanos. A diversidade e abordagem dos relatórios sociais apresentados pelas empresas demonstrava ser bastante extenso, sendo importante chegar-se a um consenso global quanto ao tipo de informação a fornecer, ao formato do relatório, bem como à fiabilidade do processo de avaliação e auditoria para se puderem tornar realmente úteis. Por esta altura, eram poucas as empresas que explicam as suas políticas e o seu desempenho em termos de gestão de recursos humanos e em relação a questões de emprego como a negociação e o reconhecimento, a consulta e a formação do pessoal e responsabilidade da administração.

Para a Associação Portuguesa de Ética Empresarial (APEE) a informação não financeira a relatar deve ser baseada em *“dados e indicadores chave de desempenho relativos às práticas da organização no âmbito das questões sociais e ambientais relevantes, considerando o seu contexto e os impactes significativos da sua atividade, bem como as partes interessadas, nomeadamente investidores e consumidores, nos seguintes domínios: modelo de governação; diversidade nos órgãos de administração; direitos humanos; combate à corrupção e ao suborno; processos de diligência devida nas cadeias de abastecimento e de subcontratação; condições de trabalho; diálogo social; segurança e saúde no trabalho; informação e consulta aos colaboradores; diálogo e ações para o desenvolvimento das comunidades locais”* (Associação Portuguesa de Ética Empresarial, p. 11).

As iniciativas de apresentação de relatórios sociais têm sido constantes ao longo do tempo por diversas instituições, assomando normas de procedimento ou de desempenho, voluntárias ou obrigatórias, gerais ou específicas, sendo escassas as normas que abrangem todas as questões de responsabilidade social das empresas.

Segundo o Livro Verde, a GRI e a SA8000® são iniciativas internacionais reconhecidas no desenvolvimento de relatórios de informação social, mas a complexidade inerente à criação de normas globais aplicáveis a todos os países e culturas tem sido uma barreira.

2.2.2.1. Global Reporting Initiative

A GRI foi criada em Boston, em 1997, pela *Coalition for Environmentally Responsible Economies* e *Tellus Institute* em parceria com o Programa de Desenvolvimento das Nações Unidas. Esta instituição desenvolve um conjunto de diretrizes para elaboração de relatórios de sustentabilidade e de responsabilidade social empresarial.

O primeiro *framework* para um reporte de sustentabilidade foi promovido no ano 2000, tendo o mesmo sido, entretanto, revisto e as diretrizes atualizadas em 2002, 2006 e 2013. Em 2016, lançou as primeiras normas globais de relatórios de sustentabilidade desenvolvidos pelo *Global Sustainability Standards Board* que permite que todas as organizações relatem os seus impactos económicos, ambientais e sociais e demonstrem o seu desenvolvimento sustentável. Estas normas incluem todos os principais conceitos e divulgações das Diretrizes GRI G4 (lançado em 2013), aprimoradas com uma estrutura mais flexível, requisitos mais claros e linguagem mais simples.

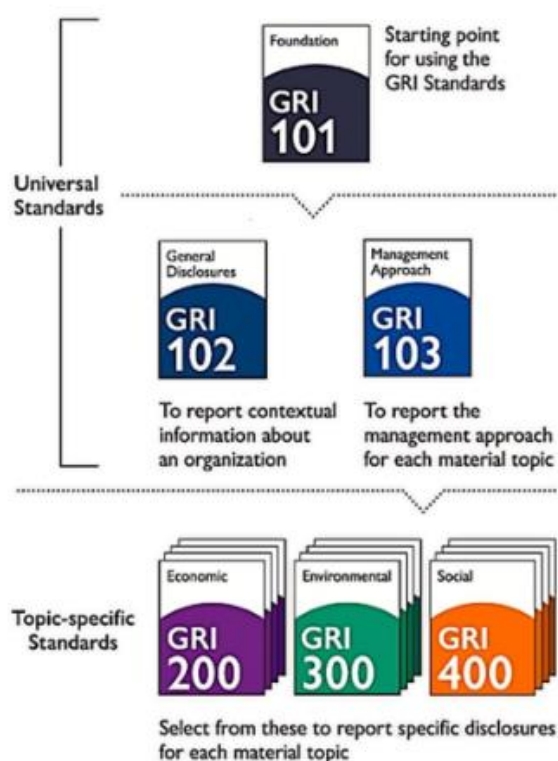


Fonte: Association of Banks in Jordan (2017)¹¹

Figura 2-3: Percurso histórico do GRI

A versão atual do GRI a ser utilizada pelas empresas a partir de 2018 é resumidamente constituída por três normas universais (*Universal Standards*) e três normas específicas (Económica, Social e Ambiente), como é exemplificado na Figura 2-4.

¹¹ Apresentação acerca do reporte da sustentabilidade através da GRI Standards em 2017 consultado em: <https://abj.org.jo/echobusv3.0/systemassets/sustainability%20reporting%20according%20to%20gri%20standards-darin%20rovere.pdf>



Fonte: *Global Reporting Initiative* (2018, p. 3)

Figura 2-4: Normas GRI

A GRI 101 – Princípios Gerais é o ponto de partida para o uso das normas apresentadas. Esta primeira norma subdivide-se em três capítulos.

No primeiro capítulo estabelecem-se os princípios que caracterizam o conteúdo e a qualidade dos relatórios apresentados. Os princípios de relato são fundamentais para conseguir obter relatórios de sustentabilidade de alta qualidade. As empresas para preparem os seus relatórios de acordo com as normas GRI necessitam de aplicar os princípios de relato estipulados. Estes princípios são divididos em dois grandes grupos. No primeiro grupo temos os princípios para a definição do conteúdo do relatório que ajudam as organizações a decidir o conteúdo a incluir no relatório. Isso envolve a consideração das atividades, impactos e expectativas da organização e interesses das suas partes interessadas (Tabela 2-2).

No segundo grupo encontram-se os princípios para a definição da qualidade do relatório (Tabela 2-3). Estes ajudam as organizações a definir as opções para garantir a qualidade e apresentação adequado do seu relatório de sustentabilidade. A qualidade é extremamente importante para auxiliar as partes interessadas em fazerem avaliações solidas e tomar as decisões apropriadas.

Tabela 2-2: Princípios para a definição do conteúdo do relatório

Princípios para a definição do conteúdo do relatório	
1. Inclusão das partes interessadas	A organização responsável pelo relatório deve identificar as suas partes interessadas mais relevantes para a empresa e identificar as suas expectativas e preocupações, incorporando-as no processo de tomada de decisão.
2. Contexto da Sustentabilidade	O relatório deve apresentar o desempenho da organização num contexto mais amplo de sustentabilidade, ou seja procurando permanentemente um desempenho de excelência em sustentabilidade.
3. Materialidade	O relatório deve apresentar os temas que no curto, médio e longo prazo são capazes de influenciar a criação de valor da empresa. Os temas materiais devem agregar tanto a dimensão financeira como não financeira, nomeadamente económica, ambiental e social, suscetível de influenciar ou ser influenciadas pelos diferentes stakeholders da empresa. A análise da materialidade pretende avaliar e priorizar a relevância dos assuntos para os stakeholders, revendo periodicamente as suas expectativas, de forma a apoiar o processo de tomada de decisão e desenvolvimento de estratégias na organização.
4. Completeness	O relatório deve incluir a cobertura dos temas e tópicos relevantes e seus limites, suficientes para refletir impactos económicos, ambientais e sociais significativos e permitir que as partes interessadas avaliem o desempenho da organização no período a que respeita o relatório

Tabela 2-3: Princípios para a definição da qualidade do relatório

Princípios para a definição da qualidade do relatório	
1. Rigor	As informações reportadas devem ser suficientemente precisas e detalhadas para que as partes interessadas possam avaliar o desempenho da organização
2. Equilíbrio	As informações reportadas devem refletir os aspetos positivos e negativos da organização, para permitir uma avaliação fundamentada do desempenho global da organização.
3. Clareza	A organização deve disponibilizar as informações de maneira compreensível e acessível às partes interessadas, que utilizam essas informações
4. Comparabilidade	A organização deve selecionar e relatar as informações de forma consistente, de forma a serem apresentadas às partes interessadas para analisar as mudanças no desempenho da organização ao longo do tempo e puderem comparar com outras organizações
5. Confiabilidade	A organização deve recolher, registar, analisar e relatar informações e processos utilizados na preparação do relatório, de forma que possam ser sujeitos a verificação, e que estabeleça a qualidade e a materialidade das informações.

No segundo capítulo é explicitado como usar as normas GRI para se preparar o relatório de sustentabilidade e, por fim, no terceiro capítulo são apresentadas as formas específicas que as Normas GRI podem ser usadas e referenciadas.

A GRI 102 – Conteúdo Geral inclui informação geral da empresa, do contexto em que ela se encontra inserida e as suas práticas de sustentabilidade. Esta norma subdivide-se em seis capítulos, tal como é apresentado na Tabela 2-4.

Tabela 2-4: Indicadores GRI 102

Indicadores Universais GRI 102 - Conteúdo Geral			
1. Perfil da Organização			
102-1	Nome da organização	102-8	Informação sobre colaboradores e outros trabalhadores
102-2	Atividades, marcas, produtos e serviços	102-9	Cadeia de fornecedores
102-3	Localização da sede	102-10	Alterações significativas na organização e na cadeia de fornecedores
102-4	Localização das operações	102-11	Abordagem ao princípio de precaução
102-5	Propriedade e natureza legal	102-12	Iniciativas externas
102-6	Mercados servidos	102-13	Membro de associações
102-7	Dimensão da organização		
2. Estratégia		3. Ética e Integridade	
102-14	Mensagem do Presidente	102-16	Valores, princípios, standards e normas de conduta
102-15	Principais impactos, riscos e oportunidades	102-17	Mecanismos internos e externos adotados pela organização para solicitar orientações sobre comportamentos éticos e em
4. Governance			
102-18	Estrutura de governance	102-29	Identificação e gestão dos impactos económicos, ambientais e sociais
102-19	Delegação de autoridade	102-30	Eficácia dos processos de gerenciamento de riscos
102-20	Responsabilidade no nível executivo de questões económicas, ambientais e sociais	102-31	Revisão dos tópicos económicos, ambientais e sociais
102-21	Consulta a stakeholders sobre tópicos económicos, ambientais e sociais	102-32	Papel do mais alto órgão de gestão na preparação de relatórios de sustentabilidade
102-22	Composição do mais alto órgão de governance e dos seus comités	102-33	Comunicação de preocupações críticas
102-23	Presidente do mais alto órgão de governance	102-34	Natureza e número total de preocupações críticas
102-24	Nomeação e seleção do mais alto órgão de governance	102-35	Políticas de remuneração
102-25	Conflitos de interesse	102-36	Processo para determinar a remuneração
102-26	Papel do mais alto órgão de governança na seleção de objetivos, valores e estratégia	102-37	Envolvimento de stakeholders na remuneração
102-27	Conhecimento coletivo do mais alto órgão de gestão	102-38	Rácios de compensação anual
102-28	Avaliação de desempenho do mais alto órgão de governance	102-39	Rácios de aumentos percentuais de compensação anual
5. Envolvimento com os stakeholders			
102-40	Lista dos grupos de Stakeholders	102-43	Abordagem de envolvimento com stakeholders
102-41	Acordos coletivos de trabalho	102-44	Principais questões e preocupações levantadas pelos stakeholders
102-42	Identificação e seleção de stakeholders		
6. Práticas de relato			
102-45	Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	102-51	Data do relatório mais recente
102-46	Definição do conteúdo do relatório e dos limites dos tópicos	102-52	Ciclo de relatórios
102-47	Lista dos temas materiais	102-53	Contacto para questões sobre o relatório
102-48	Reformulação de informação	102-54	Opção “de acordo” com os GRI Standards
102-49	Alterações no relatório	102-55	Índice de conteúdo GRI
102-50	Período de reporte	102-56	Verificação externa

A GRI 200 – Económica inclui padrões específicos para comunicar informações sobre os impactos dos problemas de uma organização relacionados a questões económicas. A Tabela 2-5 mostra os seis temas tratados nesta norma, que posteriormente se subdividem em vários tópicos.

Tabela 2-5: Indicadores GRI 200

Indicadores de Desempenho Económico - GRI 200	
GRI 201- Performance Económica	
201-1	Valor económico direto gerado e distribuído
201-2	Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades para a organização devido às mudanças climáticas
201-3	Planos de benefícios e outros planos de pensão oferecidos pela organização
201-4	Benefícios financeiros significativos recebidos pelo governo
GRI 202 - Presença no mercado	
202-1	Rácio entre o salário padrão por género em comparação com o salário mínimo local
202-2	Proporção de colaboradores para cargos seniores contratados localmente
GRI 203 - Impactos económicos indiretos	
203-1	Investimento em infraestruturas e mecenato
203-2	Impactos económicos indiretos significativos
GRI 204 - Práticas de compras	
204-1	Proporção de despesas com fornecedores locais
GRI 205 - Luta contra a corrupção	
205-1	Operações avaliadas quanto ao risco de corrupção
205-2	Comunicação e formação sobre políticas anticorrupção e procedimentos
205-3	Incidentes de corrupção confirmados e ações tomadas
GRI 206 - Comportamentos anti concorrenciais	
206-1	Ações judiciais legais por comportamento anti concorrencial, anti trust e práticas de monopólio

A GRI 300 – Ambiente inclui padrões específicos para comunicar informações sobre os impactos dos problemas de uma organização relacionados a questões ambientais. Esta norma foca os seguintes pontos: materiais, energia, água, biodiversidade, emissões, resíduos, conformidade ambiental e a avaliação dos fornecedores em termos ambientais. (Tabela 2-6).

Tabela 2-6: Indicadores GRI 300

Indicadores de Desempenho Ambiental - GRI 300	
GRI 301 - Materiais	
301-1	Consumo de materiais por peso ou volume
301-2	Materiais recicláveis utilizados
301-3	Produtos recuperados e as suas embalagens
GRI 302 – Energia	
302-1	Consumo de energia dentro da organização
302-2	Consumo de energia fora da organização
302-3	Intensidade energética
302-4	Redução do consumo de energia
302-5	Reduções nos requisitos energéticos produtos e serviços
GRI 303 – Água	
303-1	Captação de água por fonte
303-2	Gestão dos impactos relacionados com descarga de água
303-3	Água reciclada e reutilizada
303-4	Descarga de água
303-5	Consumo de água
GRI 304 – Biodiversidade	
304-1	Instalações operacionais (próprias ou arrendadas) nas áreas adjacentes a áreas protegidas e áreas com alto valor de biodiversidade fora das áreas protegidas
304-2	Impactos significativos das atividades, produtos e serviços sobre a biodiversidade
304-3	Habitats protegidos ou restaurados
304-4	Espécies na lista vermelha da ICNF e na lista de conservação nacional de que os habitats são situados dentro das zonas afetadas pelas operações
GRI 305 – Emissões	
305-1	Emissões diretas de Gases de Efeito de Estufa - GEE (Âmbito 1)
305-2	Emissões indiretas de GEE (Âmbito 2)
305-3	Emissões indiretas de GEE (Âmbito 3)
305-4	Intensidade das emissões de GEE
305-5	Redução de emissões de GEE
305-6	Emissões de substâncias destruidoras da camada do ozono
305-7	Óxidos de azoto (NOx), óxidos de enxofre (SOx) e outras emissões significativas
GRI 306 – Resíduos	
306-1	Descargas de água por qualidade e por destino
306-2	Resíduos por tipo e por destino
306-3	Derrames significativos
306-4	Transporte de lixo perigosos
306-5	Massas de água afetado pelos derrames e escoamento
GRI 307 - Conformidade ambiental	
307-1	Não conformidade com as leis e regulamentos ambientais
GRI 308 - Avaliação dos fornecedores em termos ambientais	
308-1	Novos fornecedores que foram selecionados com base em critérios ambientais
308-2	Impactos ambientais negativos sobre a cadeia de aquisição e medidas tomadas

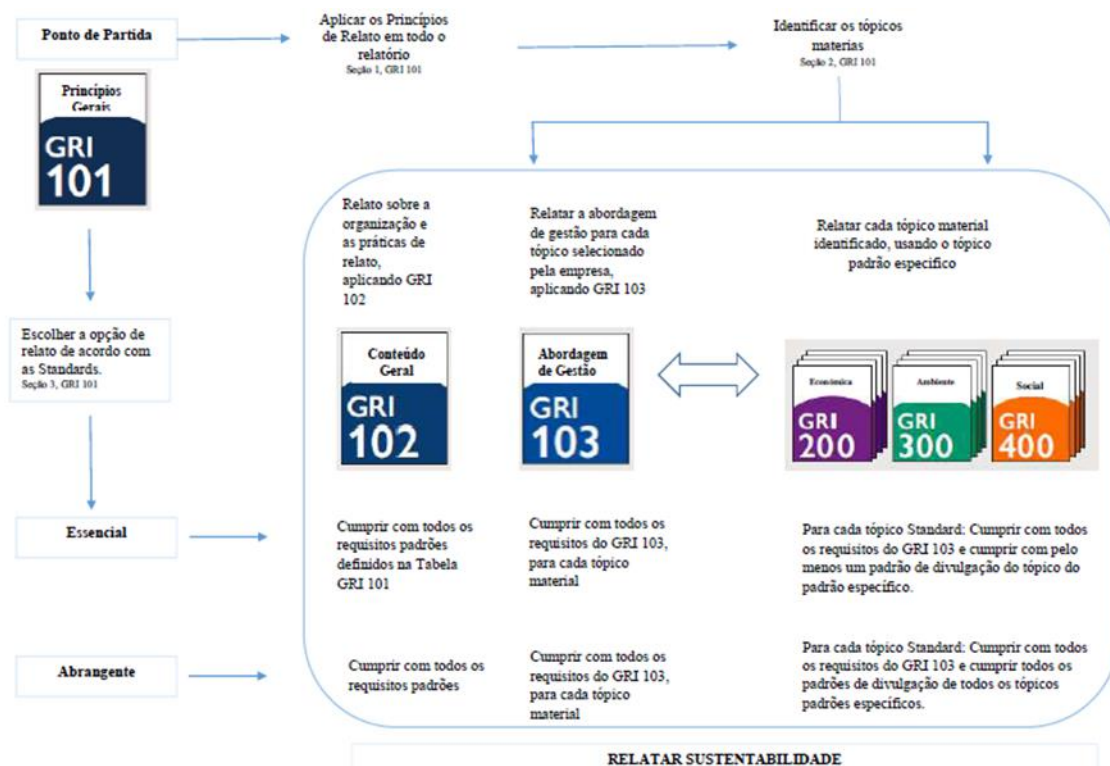
A GRI 400 – Social inclui padrões específicos para comunicar informações sobre os impactos dos problemas da organização relacionados a questões sociais. Esta norma é dividida em dezanove capítulos conforme apresenta a Tabela 2-7.

Tabela 2-7: Indicadores GRI 400

Indicadores de Desempenho Social GRI 400	
GRI 401 – Emprego	
401-1	Novas contratações e rotatividade de colaboradores
401-2	Benefícios para funcionários em período integral que não são concedidos a empregados de meio período ou temporários
401-3	Licença parental
GRI 402 – Relação entre empregados e direção	
402-1	Períodos mínimos de aviso prévio sobre mudanças operacionais
GRI 403 – Saúde e segurança no trabalho	
403-1	Representação de trabalhadores em comitês de saúde e segurança
403-2	Tipos e taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absentismo e número de mortes relacionadas com o trabalho
403-3	Colaboradores com elevada incidência ou risco de doenças relacionadas o trabalho
403-4	Participação de trabalhadores, consultas e comunicação sobre saúde e segurança no trabalho
403-5	Formação dos trabalhadores em saúde e segurança no trabalho
403-6	Promoção da saúde dos trabalhadores
403-7	Prevenção e redução dos impactos na saúde e a segurança dos trabalhadores diretamente vinculados
403-8	Trabalhadores cobertos por um sistema de gerenciamento de saúde e segurança no trabalho
403-9	Acidente no trabalho
403-10	Doença profissional
GRI 404 – Formação e educação	
404-1	Média de horas de formação por ano e por colaborador
404-2	Programas de melhoria de competências dos colaboradores e programas de apoio à transição
404-3	Percentagem de colaboradores que recebem, regularmente, análises de desempenho e de desenvolvimento da carreira
GRI 405 – Diversidade e igualdade nas oportunidades	
405-1	Diversidade dos órgãos de governance e dos colaboradores
405-2	Rácio entre o salário base e remuneração da mulher e do homem
GRI 406 – Luta contra a discriminação	
406-1	Casos de discriminação e medidas tomadas
GRI 407 – Liberdade sindical e negociação coletiva	
407-1	Operações e fornecedores em que o direito à liberdade de associação e negociação coletiva pode estar em risco
GRI 408 – Trabalho infantil	
408-1	Operações e fornecedores com risco significativo de incidentes de trabalho infantil
GRI 409 – Trabalho forçado ou obrigatório	
409-1	Operações e fornecedores com risco significativo de casos trabalho forçado ou obrigatório
GRI 410 – Práticas de segurança	
410-1	Pessoal de segurança treinado em políticas ou procedimentos de direitos humanos

Indicadores de Desempenho Social GRI 400	
GRI 411 – Direito dos povos indígenas	
411-1	Casos de violações dos direitos dos povos indígenas
GRI 412 – Evolução dos direitos humanos	
412-1	Operações submetidas a avaliações de Direitos Humanos
412-2	Formação em políticas e práticas de Direitos Humanos
412-3	Acordos de investimento e contratos com cláusulas de Direitos Humanos
GRI 413 – Comunidades locais	
413-1	Operações com envolvimento da comunidade local, avaliação de impactos e desenvolvimento de programas
413-2	Operações com impactos negativos significativos - reais ou potencial - nas comunidades locais
GRI 414 – Evolução social dos fornecedores	
414-1	Novos fornecedores que foram selecionados com base em critérios sociais
414-2	Impactos sociais negativos na cadeia de suprimentos e medidas tomadas
GRI 415 – Políticas públicas	
415-1	Contribuições para partidos e / ou representantes políticos
GRI 416 – Saúde e segurança dos consumidores	
416-1	Avaliação dos impactos dos produtos e serviços na saúde e segurança
416-2	Casos de não conformidade relacionados a impactos na saúde e segurança das categorias de produtos e serviços
GRI 417 – Comercialização e rotulagem	
417-1	Requisitos para informação e rotulagem de produtos e serviços
417-2	Casos de não conformidade relacionados à informação e rotulagem de produtos e serviços
417-3	Casos de não conformidade relacionados a comunicações marketing
GRI 418 – Confidencialidade dos dados dos clientes	
418-1	Reclamações fundamentadas sobre violações da privacidade do cliente e perda de dados do cliente
GRI 419 - Conformidade socioeconômica	
419-1	Não-conformidades com as leis e regulamentos na área social e econômica

Em termos esquemáticos, a Figura 2-5 permite acompanhar o processo da elaboração de um relatório de sustentabilidade atendendo às Normas GRI.



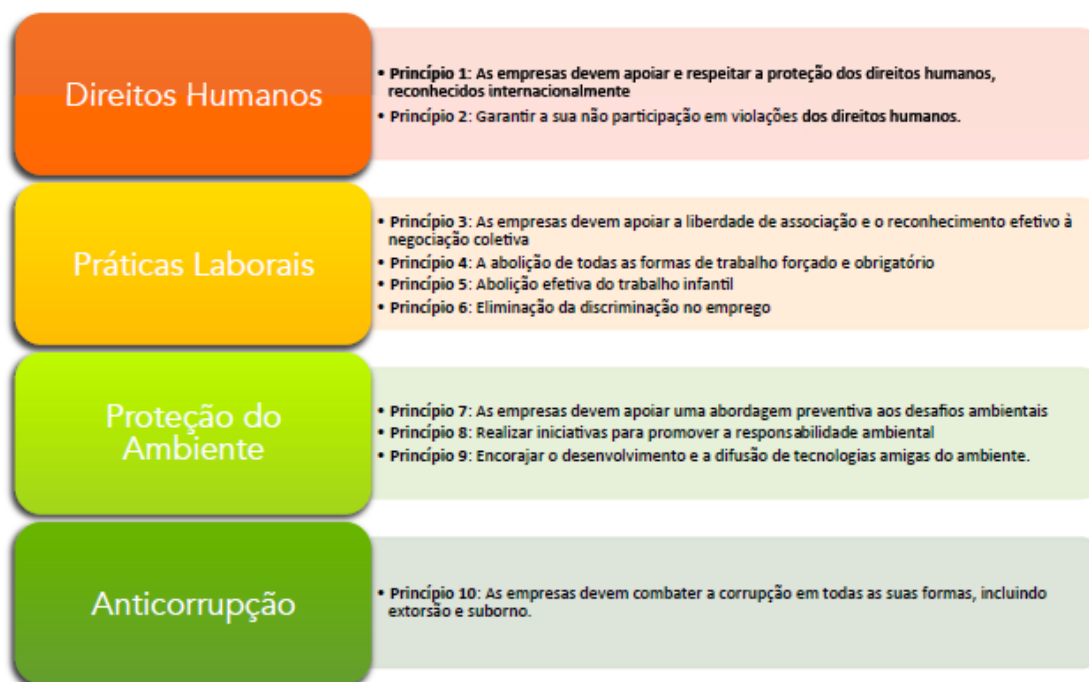
Fonte: Adaptado de Global Reporting Initiative (2018)

Figura 2-5: Processo de elaboração de um Relatório de Sustentabilidade conforme GRI

2.2.2.2. Pacto Global das Nações Unidas

O Pacto Global das Nações Unidas foi criado em julho de 2000 pelo ex. secretário-geral da ONU Kofi Annan e consiste numa plataforma de liderança para o desenvolvimento, implementação e divulgação responsável de políticas e práticas empresariais sustentáveis. Esta iniciativa veio promover o compromisso voluntário das organizações em quatro grandes temas: direitos humanos, práticas laborais, proteção ambiental e anticorrupção.

A iniciativa baseia-se em dez princípios fundamentais (Figura 2-6), baseados em declarações universalmente aceites, nomeadamente a Declaração Universal dos Direitos Humanos, a Declaração da Organização Internacional do Trabalho relativa aos Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho e a Declaração do Rio sobre Ambiente e Desenvolvimento, visando a integração dos seus Princípios na gestão e atuação das organizações de todo o mundo.



Fonte: The Global Compact Network Portugal – Os 10 princípios

Figura 2-6: Os dez princípios do Pacto Global das Nações Unidas

Para cada um dos dez princípios, a iniciativa apresenta um conjunto de ações que as organizações podem levar a cabo para atingir as boas práticas desejadas.

2.2.2.3. ISO 26000 Guia para a Responsabilidade Social

Promovida em 2010 pela *International Organization for Standardization (ISO)*, a ISO 26000 é uma norma internacional de referência no domínio da responsabilidade social¹². O seu objetivo é fornecer recomendações e orientações para as empresas melhorarem a sua responsabilidade social e contribuir para um desenvolvimento económico, social e ambiental sustentável. Sendo uma norma de recomendações não é certificável, uma vez que não contém requisitos.

A norma inicia com uma definição de responsabilidade social, assumindo que é da responsabilidade da organização assumir os impactos das suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente, devendo apresentar comportamentos éticos e transparentes

¹² A norma em 2011 foi transporta para o sistema nacional de qualidade pela entidade APEE, dando origem à norma portuguesa NP ISO 26000: Guia para a Responsabilidade Social.

que concorram para o desenvolvimento sustentável, devendo considerar no processo a expectativa dos *stakeholders*, a lei e as normas internacionais de comportamento.

Na implementação das recomendações da ISO 26000 é aconselhado às organizações cumprirem sete princípios:

- i. *Accountability*;
- ii. Transparência;
- iii. Comportamento ético;
- iv. Respeito pelos interesses dos *stakeholders*;
- v. Respeito pelas leis vigentes;
- vi. Respeito pelas normas internacionais de comportamento;
- vii. Respeito pelos direitos humanos.

Estes princípios estabelecem a estrutura subjacente para a tomada de decisões socialmente responsáveis, vinculam cada utilizador a uma comunidade global que envolve todos os que compartilham dos mesmos princípios e realçam que a responsabilidade social é um processo em constante desenvolvimento e que evolui com a prática.

Para além destes, a norma identifica sete temas centrais sobre os quais a organização deverá identificar questões e ações específicas ajustadas ao seu contexto e que tenham uma influência significativa nas suas decisões ou atividades (Figura 2-7).



Fonte: Adaptado de *International Organization for Standardization* (2017, p.25)

Figura 2-7: Temas Centrais tratados na ISO 26000

Uma das questões realçadas pela ISO 26000 é que a empresa deve comunicar aos interessados sobre as suas ações relacionadas com a responsabilidade social. Assim, sugere uma comunicação apropriada aos diferentes *stakeholders* das atividades sobre questões relevantes em cada um dos sete princípios como parte de um diálogo contínuo, realçando a honestidade, mesmo quando tiver falhado em alguns de seus objetivos.

2.2.2.4. Norma SA8000®

Produzida em 1997 pela organização não-governamental *Social Accountability International* (SAI), a SA8000® é uma norma internacional que reflete as disposições respeitantes a questões laborais presentes na Declaração Universal dos Direitos Humanos assim como as convenções da Organização Mundial do Trabalho.

A SA8000® é uma norma de certificação social das organizações à escala global, com o objetivo de apoiar as empresas a demonstrar a sua dedicação ao tratamento justo dos seus trabalhadores nos vários setores e em qualquer país. Desde a primeira versão, a norma tem vindo a sofrer atualizações, sendo que a versão atual data de 2014.

A referida norma mede o desempenho social tendo em conta nove critérios considerados importantes na responsabilização social dos locais de trabalho (Figura 2-8).

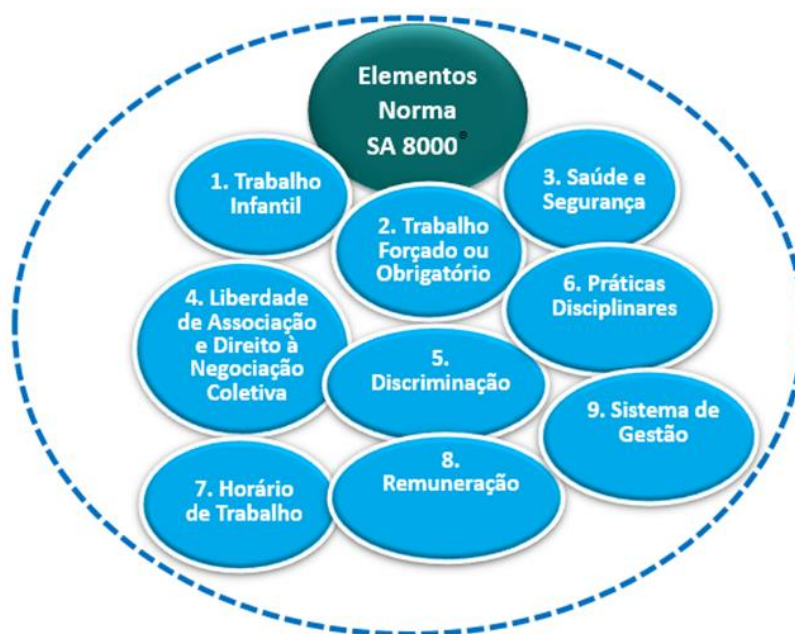


Figura 2-8: Áreas temáticas da Norma SA 8000

A SAI disponibiliza os padrões mínimos que a empresa deve cumprir para ser certificada por esta norma e a forma como isso se processa. Com a implementação desta norma e a sua posterior certificação, consoante os critérios apresentados anteriormente, a empresa reconhece os seguintes benefícios:

- i. referencial de reconhecimento internacional, no âmbito da responsabilidade social;
- ii. aumento da produtividade;
- iii. diminuição da conflituosidade laboral;
- iv. credibilização da marca;
- v. melhoria da imagem.

3. TRABALHO EMPÍRICO

3.1. Objetivos

A responsabilidade social, tal como observámos nos capítulos anteriores, apresenta uma importância cada vez maior, tanto para as empresas que procuram um melhor desempenho social e uma melhoria da imagem juntos dos seus *stakeholders*, como para a sociedade em geral que ambiciona um planeta mais sustentável e melhores condições sociais. Para além, de se verificar a necessidade da prática de políticas de responsabilidade social, é igualmente indispensável o seu relato por parte das empresas.

Atualmente, de forma obrigatória ou voluntária, a divulgação de informações financeiras tem/deve ser completada por informações não financeiras, procurando fortalecer as relações de confiança com os investidores e com os consumidores. Uma empresa sustentável deve demonstrar o seu desempenho e o impacto positivo da empresa sobre a sociedade, evidenciando ainda uma preocupação constante com o meio envolvente.

A obrigação de divulgação de informação não financeira, em Portugal, encontra-se numa fase precoce, uma vez que tal só é exigido às grandes empresas consideradas entidades de interesse público, com o mínimo de 500 funcionários, em respeito aos relatórios apresentados a partir de 2018. Apesar da obrigatoriedade apenas ter sido implementada pelo Decreto-lei nº 89/2017, de 28 de julho, determinadas empresas divulgam este tipo de informações há já algum tempo considerável.

A obrigatoriedade destas informações vem reforçar a comparabilidade, a transparência e a coerência da divulgação por parte das empresas entre Estados Membros e a possibilidade de cativar investidores fora da Europa.

A partir de uma amostra de empresas portuguesas de maior dimensão, pretende-se obter resposta às seguintes questões:

1. As maiores empresas portuguesas divulgam algum relatório de informação não financeira? E que tipo de relatório é mais utilizado?
2. As empresas portuguesas que não divulgam relatório de informação não financeira, divulgam essa informação por outra via alternativa?
3. Os relatórios de sustentabilidade apresentados são alvo de verificação externa por auditor independente?

4. Qual o modelo mais utilizado pelas empresas para divulgar a informação não financeira?
5. Qual o grau de divulgação das empresas portuguesas que utilizam a Norma GRI, tendo como referência o índice de divulgação usado por Conde (2014)?

3.2. Metodologia

Após a abordagem teórica apresentada nos primeiros capítulos, fundamentada numa revisão de literatura (artigos, livros, revistas técnicas, informação disponibilizada pelos organismos envolvidos, etc.), a metodologia empregada no desenvolvimento do trabalho empírico, e considerando os objetivos acima identificados, passou pela análise de conteúdo dos relatórios de sustentabilidade.

A análise de conteúdo é uma metodologia de análise de dados qualitativos, em que se aplica um conjunto de técnicas analíticas de comunicação com o objetivo de obter indicadores quantitativos ou não, analisando numericamente a frequência de ocorrência de determinados termos, construções e referências num determinado texto.

3.3. Amostra

Para a realização desta pesquisa recorreu-se à plataforma SABI, para recolher uma amostra constituída por empresas portuguesas, ativas no ano 2018, de grande dimensão conforme critérios definidos para exigência de divulgação não financeira, e com mais de 500 trabalhadores. Estas empresas cumpriam dois dos requisitos exigidos pelo Decreto-lei nº 89/2017, de 28 de julho, ficando em falta a verificação do estatuto de entidade de interesse público. Apesar da consciência de que a amostra não é representativa de todo o universo de empresas portuguesas, sabemos que atualmente apenas as empresas de maior dimensão se encontram motivadas para abraçar esta nova forma de vertente de desempenho empresarial, seja por via legal, seja de forma voluntária.

Considerando os dados relativos a 2018, existiam em Portugal 392 empresas ativas com mais de 500 trabalhadores, no entanto, destas, 87 não preenchiam o critério para classificação como grande empresa. Assim, a nossa amostra inicial contém 305 empresas.

No processo de conhecimento da amostra, verificou-se que apenas 6 empresas tinham as suas ações cotadas na Bolsa. Este facto acontece uma vez que a grande maioria das empresas cotadas são empresas mãe de grupos empresariais constituídas sob a forma de

Sociedade Gestora de Participações Sociais (SGPS) e não ultrapassam o limite dos 500 trabalhadores. No entanto, algumas empresas dentro destes grupos encontram-se inserida na nossa amostra em termos individuais.

As empresas da amostra apresentaram, para o ano 2018, os seguintes indicadores:

Tabela 3-1: Indicadores financeiros médios da amostra de empresas

	Média	Máximo	Mínimo
Volume de negócios	276 179 585 €	9 578 407 000 €	3 894 138 €
Ativo	947 195 099 €	55 173 578 000 €	7 955 526 €
Nº de trabalhadores	1 835	26 857	500

No Gráfico 3-1 podemos verificar a repartição das empresas da amostra por setor de atividade.

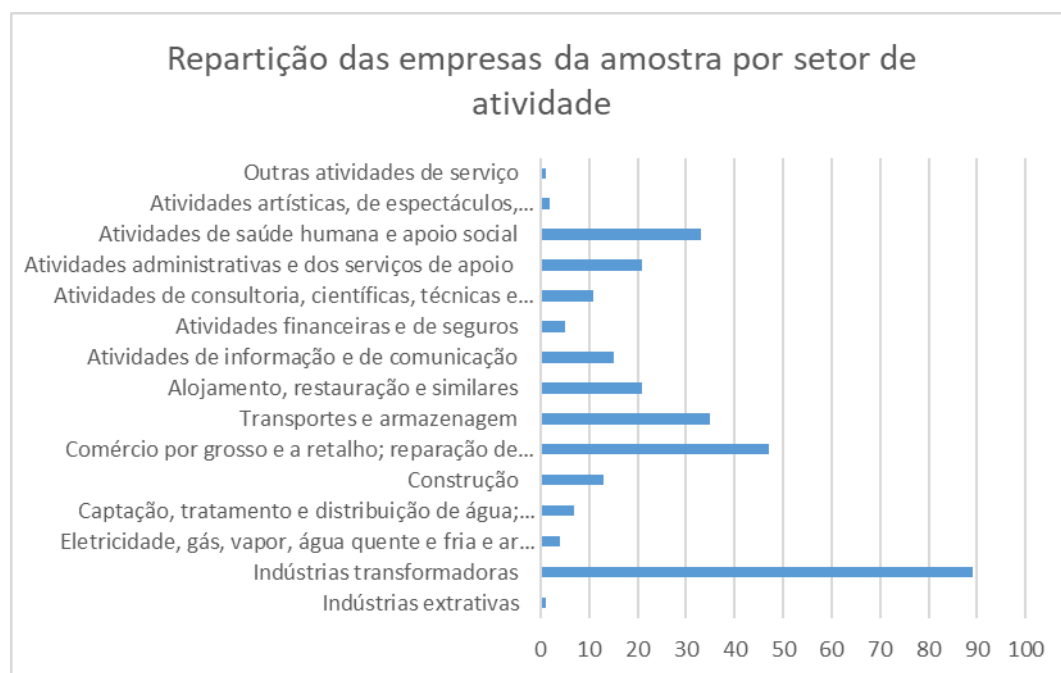


Gráfico 3-1: Repartição das empresas da amostra por setor de atividade

O setor mais representado, cerca de 30% da amostra, é a indústria transformadora. A segunda maior representação pertence ao setor do comércio, seguidos dos transportes e armazenagens e atividades de saúde humana e apoio social. Neste último setor encontramos os centros hospitalares.

3.4. Resultados

Nesta secção apresentam-se os resultados que pretendem responder às questões levantadas, tendo por base a amostra de empresas seleccionadas. A análise dos *websites* das empresas realizou-se no mês de junho e julho de 2019, tendo utilizado o Excel como ferramenta de auxílio para obter os resultados analisados em seguida.

Posteriormente, analisou-se o *website* de cada um destas empresas, de forma a tentar recolher os relatórios de sustentabilidade, os relatórios integrados ou qualquer coisa que fizesse referência à responsabilidade social e à sustentabilidade. Nesta primeira parte concluímos logo que 10 empresas não tinham *website*, sendo difícil conseguir os seus relatórios.

1. As maiores empresas portuguesas divulgam algum relatório de informação não financeira? E que tipo de relatório é mais utilizado?

Após retirar as empresas para as quais não foi possível a recolha de informação, por ausência de *website*, a amostra ficou reduzida a 295 empresas. Após a análise da informação divulgada pelas empresas, concluímos que apenas 95, cerca de 32%, apresentam algum tipo de relatório de responsabilidade social (Gráfico 3-2). O peso bastante significativo de empresas que não apresentam qualquer relatório de responsabilidade social (cerca de 68%) demonstra que esta nova temática ainda não se encontra interiorizada nas suas políticas.

Divulgação de Relatório de Responsabilidade Social

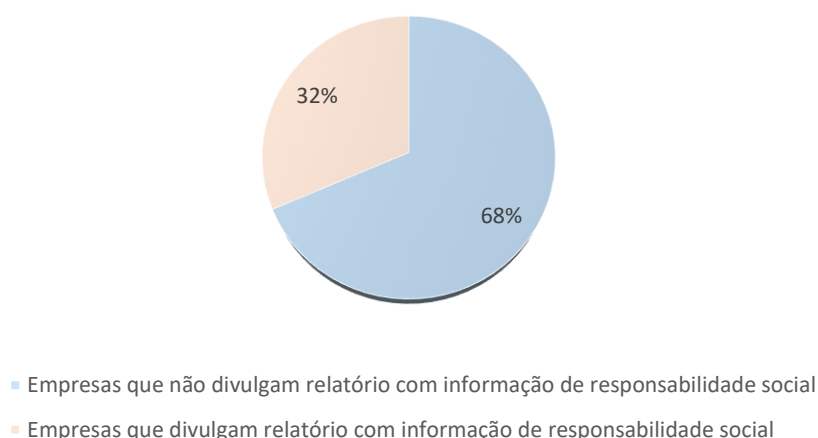


Gráfico 3-1: Peso das empresas que divulgam relatório de responsabilidade social

Tal como referido anteriormente, o Decreto-lei n.º 89/2017, de 28 de julho, exige, para algumas empresas, a apresentação de informações não financeiras, mas deixa a liberdade de as empresas escolherem como querem apresentar e divulgar as informações. Esta tolerância transparece a não existência de indicadores rígidos a cumprir, ao contrário do que se verifica para as demonstrações de informações financeiras, deixando ao critério das empresas escolher o modelo que melhor se adapte à realidade de cada uma.

As empresas debatem-se então na decisão da melhor escolha no que respeita à forma de apresentação e divulgação, podendo recorrer a vários tipos de relatórios para transmitir as informações não financeiras, tal como os relatórios de gestão, os relatórios de sustentabilidade, relatório integrado, entre outros.

Analizando as empresas da amostra que divulgam este tipo de informação, verificamos que são apresentados apenas 72 relatórios (uma vez que algumas fazem parte do mesmo grupo económico, o qual apresenta apenas um único relatório). Destes, cerca de 69% corresponde ao relatório de sustentabilidade, comunicando os impactos económicos, sociais e ambientais num documento isolado dos dados financeiros, explicitando o desempenho organizacional e o desempenho de sustentabilidade da organização, incluindo tanto as contribuições positivas como as negativas. Seguidamente, cerca de 15% das empresas recorreu aos relatórios integrados em que as empresas apresentam os dados financeiros e os dados não financeiros no mesmo documento. Integrar a informação do âmbito da responsabilidade social no relatório de gestão foi a opção de cerca de 8% das empresas. De modo residual, uma demonstração de informação não financeira, relatório do governo societário, ou brochuras, são a opção de, respetivamente, 3%, 3% e 1% das empresas.

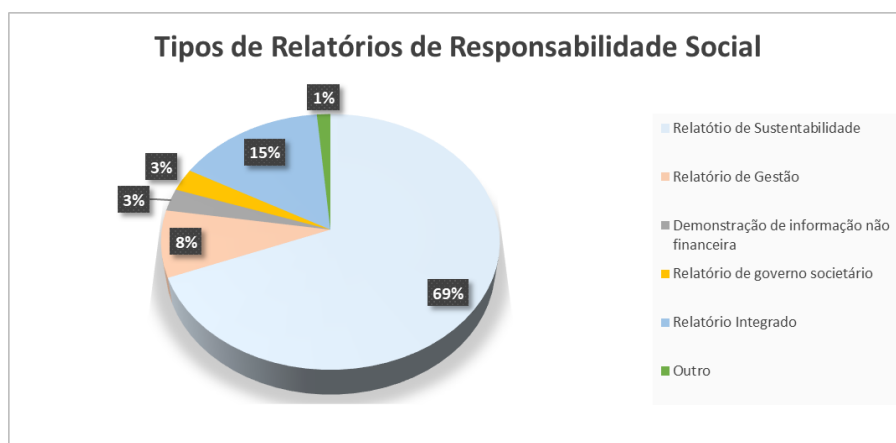


Gráfico 3-2: Relatórios utilizados para divulgação da informação não financeira

2. As empresas portuguesas que não divulgam relatório de informação não financeira, divulgam essa informação por outra via alternativa?

Visto que a responsabilidade social, a sustentabilidade ambiental, os direitos humanos, assim como outras temáticas ligadas à responsabilidade empresarial, se revelam cada vez mais importantes para a sociedade, procurou-se verificar se as empresas que não apresentam relatório de informação não financeira, faziam algum tipo de referência a estas políticas ou práticas no seu *website*.

Do total de 200 empresas que não apresenta nenhum relatório associado à sua responsabilidade social, concluímos que apenas 44% dedica uma seção no seu *website* para explicitar o trabalho desenvolvido pela empresa na área da sustentabilidade ou da responsabilidade e a importância que estas têm no desenvolvimento do seu trabalho. As restantes empresas, não apresentam relatório nem evidências nos seus *websites* empresariais (Gráfico 3-4).

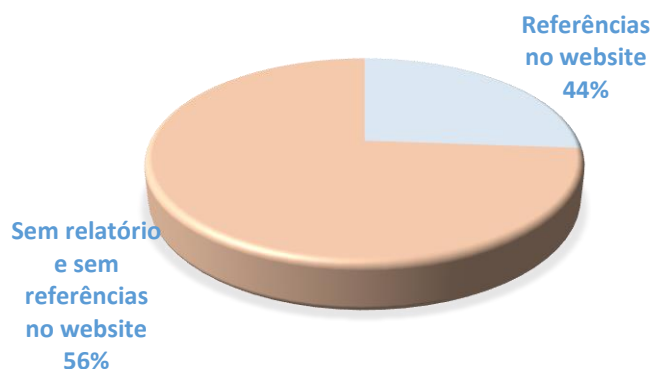


Gráfico 3-3: Evidências alternativas aos relatórios de apresentação das demonstrações não financeiras

A presença de informação sobre sustentabilidade ou responsabilidade social nos *websites* das empresas tem bastante relevância, demonstrando alguma preocupação com o tema e o esforço em tentar integrá-lo nas decisões da empresa. Para além disso, torna-se importante para as pessoas que consultam e analisam as empresas verificar que a empresa tem algum compromisso com a temática.

3. Os relatórios de sustentabilidade apresentados são alvo de verificação externa por auditor independente?

A fiabilidade das informações prestadas reveste-se de extrema importância, essencialmente nas empresas de maior dimensão, que apresentam um maior número de *stakeholders* que não têm forma de verificar de forma individual essa condição. Desta forma, as empresas devem sentir a necessidade de recorrer a entidades externas independentes para verificar os seus relatórios. Esta necessidade não se limita apenas aos relatórios de informações financeiras, mas também aos de informações não financeiras.

O principal benefício para se recorrer à verificação externa é o aumento da reputação e da credibilidade das empresas, contribuindo para uma maior transparência e assegurar o rigor e a confiança. Esta confiança aumenta também nos seus *stakeholders*, uma vez que eles acreditam que é reportado o quadro correto da sua *performance*. O principal constrangimento desta verificação é o custo que esta prática acarreta para as empresas.

As empresas recorrem à verificação externa dos seus relatórios de sustentabilidade por iniciativa própria, uma vez que o decreto-lei não evidencia essa obrigação. Efetivamente, em busca de uma maior transparência e fiabilidade, o Livro Verde enaltece a importância da informação apresentada nos relatórios de informação não financeira ser verificada por entidades independentes com o intuito de ser reconhecida e certificada. Mas, apesar disso, o Decreto-lei n.º 89/2017, de 28 de julho, ao alterar o artigo 65.º do Código das Sociedades Comerciais, avança que: “No caso de sociedades que estejam obrigadas a apresentar uma demonstração não financeira, nos termos do artigo 66.º-B ou do artigo 508.º-G, o revisor oficial de contas deve apenas atestar que a mesma ou o relatório separado foram apresentados.” Ou seja, o revisor atesta a apresentação da informação, mas não a sua fiabilidade.

De realçar que, dos 72 relatórios de responsabilidade social encontrados na amostra, a maioria não recorreu à verificação externa dos seus relatórios. Apenas 34%, que corresponde a 24 relatórios, apresentam uma maior fiabilidade nas demonstrações não financeiras apresentando um relatório de um auditor independente, enquanto 66% não recorreu à verificação externa (Gráfico 3-5).

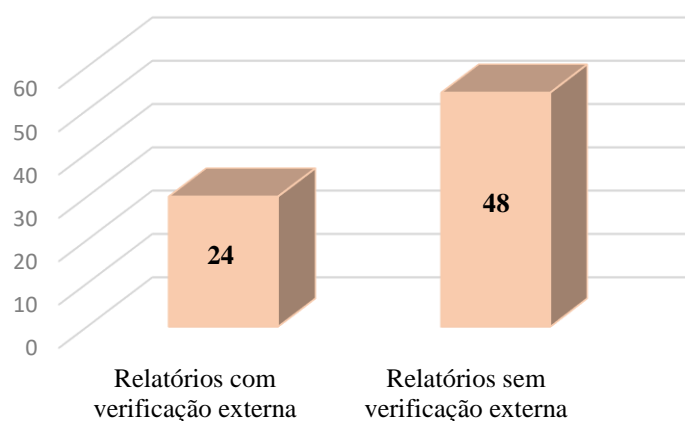


Gráfico 3-4: Verificação externa dos relatórios de sustentabilidade

Esta verificação é realizada por empresas auditoras externas à empresa, de forma a emitir um relatório de garantia limitada de fiabilidade, profissional e independente.

Analisando diversos pareceres, as auditoras realizam o seu trabalho de acordo com a Norma Internacional sobre Trabalhos de Garantia de Fiabilidade “ISAE 3000 – Trabalhos de Garantia de Fiabilidade que não sejam auditorias ou exames simplificados de informação financeira histórica” emitida pelo *International Auditing and Assurance Standards Board* da *International Federation of Accountants*. Estas empresas verificam a aplicação das normas do modelo escolhido para apresentar o relatório e o cumprimento do disposto no Decreto-lei n.º 89/2017, no artigo 508.º-G do CSC de divulgação de informações não financeiras e no artigo 245.º-A alínea 1 r) do CVM sobre a divulgação da política de diversidade relativamente aos órgãos de administração e de fiscalização.

Na amostra analisada, verificou-se que a empresa PricewaterhouseCoopers (PWC) foi a responsável pelo maior número de auditorias às empresas da nossa amostra (10 relatórios que incluem 17 empresas). Os restantes foram auditados pela KPMG (3 relatórios que incluem 13 empresas), pela Ernest & Young (7 relatórios que correspondem a 9 empresas), pela Deloitte (3 relatórios que correspondem a 3 empresas), e, por fim, e única empresa fora de grupo *Big Four*, pela Rosa, Correia & Associados com uma empresa.

5. Qual o modelo mais utilizado pelas empresas para divulgar a informação não financeira?

O fornecimento das informações não financeiras pode ser apresentado de diversas formas. Segundo o Decreto-lei n.º 89/2017, de 28 de julho, as empresas podem “*recorrer a sistemas nacionais, a sistemas da União, como o Sistema Comunitário de Ecogestão e Auditoria, ou a sistemas internacionais, como o Pacto Global das Nações Unidas, os princípios orientadores sobre empresas e direitos humanos que aplicam o quadro das Nações Unidas «Proteger, Respeitar e Reparar», as diretrizes da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico para as empresas multinacionais, a norma ISO 26000 da Organização Internacional de Normalização, a Declaração de Princípios Tripartida da Organização Internacional do Trabalho sobre as empresas multinacionais e a política social, e a Iniciativa Global sobre a elaboração de relatórios ou outros quadros internacionais reconhecidos, devendo as empresas especificar o sistema em que se basearam. Neste contexto, as empresas podem também seguir as orientações metodológicas de relato elaboradas pela Comissão Europeia*”.

A maioria das empresas da amostra recorreram às orientações do GRI (42 relatórios). As restantes empresas utilizam os Princípios do *United Nations Global Compact*, o modelo *Triple Bottom Line*, os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), as referências do artigo 66.º-B do CSC, e ainda temos 13 empresas que não tem modelo definido (Gráfico 3-5).

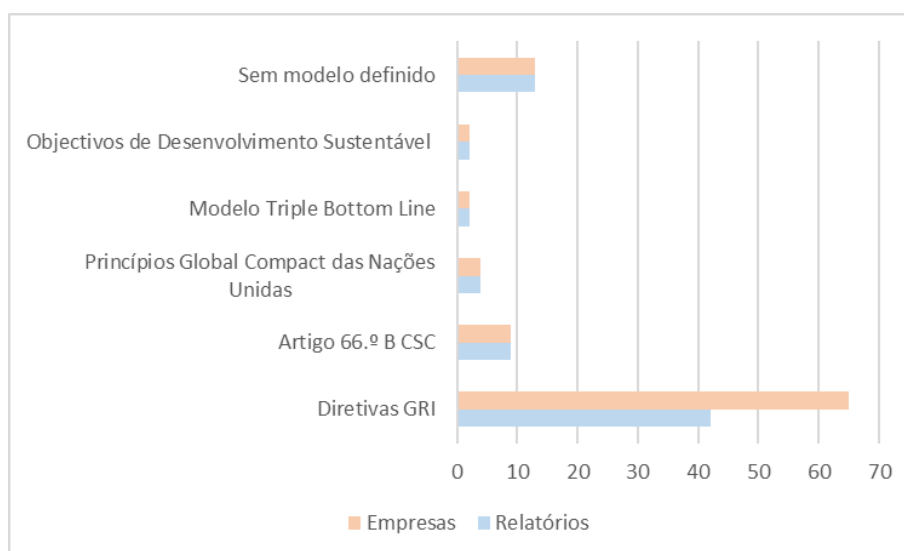


Gráfico 3-5: Diretrizes para elaboração do relatório de sustentabilidade

Na análise dos relatórios, verificou-se que a maioria das empresas utilizaram as diretivas apresentadas pela conceituada entidade GRI. Esta entidade, já há diversos anos, têm-se dedicado a criar diretivas para as empresas medirem e divulgarem as suas políticas e atividades associadas à responsabilidade social e sustentabilidade. Sendo este tema tão complexo em relatar, uma vez que não existe propriamente um modelo único para seguir, tal como se verifica para as informações financeiras, as empresas têm-se apoiado nas indicações desta entidade que tem trabalhado arduamente para auxiliar as empresas e tornar este relato mais fiável e rigoroso.

6. Qual o grau de divulgação das empresas portuguesas que utilizam a Norma GRI, tendo como referência o índice de divulgação usado por Conde (2014)?

A taxa de divulgação, tal como já se referiu, é relativamente baixa, no entanto, julga-se pertinente analisar e medir o grau de divulgação por parte das empresas. Para realizar esta análise, vamos adaptar a técnica utilizada por Conde (2014) para o cálculo do índice de divulgação.

Utilizando uma amostra de 55 grandes empresas cotadas, portuguesas e espanholas, cotadas, Conde (2014) analisou o grau de divulgação de responsabilidade social empresarial, concluindo sobre os principais fatores determinantes para a divulgação, a evolução do índice entre 2007 e 2011. A autora ainda relacionou este índice com um outro respeitante a divulgação sobre o governo societário. Para a realização desse estudo, Conde (2014), seguindo também outros autores, apresenta o cálculo de um índice de divulgação, o qual é obtido após verificação das informações relatadas pelas empresas nos seus relatórios de sustentabilidade e atendendo às normas GRI.

Assim, para responder ao último objetivo deste trabalho, iremos calcular um índice de divulgação que segue os mesmos critérios de construção, apenas sendo adaptado para os requisitos de informação da última versão das normas GRI.

A nossa abordagem consistiu, então, numa análise detalhada das informações fornecidas nos relatórios de sustentabilidade das empresas nos seus *websites*, em específico no anexo GRI. Esta análise permitiu conhecer a relação da empresa com os seus *stakeholders*

dependendo da informação que divulga e uma descrição adequada do estado da divulgação da responsabilidade social empresarial.

Para procurar responder a esta questão, utilizou-se uma amostra constituída por 30 empresas, sendo as que utilizaram as diretivas GRI Standards 2016.

Tabela 3-2: Empresas que constituem a amostra na análise da taxa de divulgação

Empresas analisadas para calcular a taxa de divulgação		
Accenture	Auchan	Banco Santander
Borg Warner	Bosch	Brisa
Carris	Continental	CP
El Corte Ingles	Ferrovial	Gestamp
Grupo Amorim	Grupo EDP	Grupo Galp
Grupo Jeronimo Martins	Grupo SONAE	H&M
Iberusa	Imprensa Nacional da Moeda	Infraestruturas de Portugal
ISS	NOS	Novo Banco
Repsol	Saica	Saipem
Securitas	SuperBock	The navigator

Para alcançar o objetivo definido para esta análise, e seguindo a estratégia de Conde (2014), criou-se um índice de divulgação de informação sobre responsabilidade social empresarial com o intuito de comparar as divulgações efetuadas. Este processo é criado de acordo com a técnica de análise do conteúdo dos relatórios de sustentabilidade, agrupando as informações por itens homogêneos. O índice criado consiste em atribuir a pontuação 1 quando a empresa divulgar determinado indicador GRI e pontuação 0 caso não divulgue.

Tal como referido anteriormente, a informação divulgada segundo o GRI encontra-se organizada por elementos homogêneos, contemplando diversos aspetos da responsabilidade social. Assim, para a elaboração deste índice, serão utilizadas as diretrizes de elaboração dos relatórios de sustentabilidade as normas GRI subdivididas em três categorias (Tabela 3-3).

Tabela 3-3: Indicadores de desempenho GRI Standards 2016

Indicadores de Desempenho
Indicadores de Desempenho Económico 200: 201 - 206
Indicadores de Desempenho Ambiental 300: 301 - 308
Indicadores de Desempenho Social 400: 401 - 419

Para medir o grau de divulgação de informações não financeiras, calculou-se o índice para cada um dos tópicos dos indicadores de desempenho, sendo os índices calculados da seguinte forma:

Tabela 3-4: Cálculo dos índices parciais da responsabilidade social empresarial

Variáveis	Índices
Índice de Indicadores Económicos	$IE = \frac{\text{Pontos obtidos em cada indicador económico}}{\text{Total de pontos máximos que poderia conseguir}} \times 10$
Índice de Indicadores Ambientais	$IA = \frac{\text{Pontos obtidos em cada indicador ambiental}}{\text{Total de pontos máximos que poderia conseguir}} \times 10$
Índice de Indicadores Sociais	$IS = \frac{\text{Pontos obtidos em cada indicador social}}{\text{Total de pontos máximos que poderia conseguir}} \times 10$

Os relatórios de responsabilidade social realizados de acordo com as diretrizes das normas GRI podem ser elaborados de formas diferentes, ou seja, a empresa escolhe logo *à priori* se pretende realizar um relatório essencial ou abrangente. A partir daí, define quais os tópicos que considera materiais, com o intuito de preencher os padrões específicos de cada indicador e obrigatórios de acordo com o relatório escolhido inicialmente. Apesar dos indicadores serem iguais para todas as empresas, cada uma consegue obter um relatório totalmente diferente, uma vez que a sua realização é bastante flexível e adaptada à realidade de cada empresa.

Para a criação deste índice, verificou-se a taxa de divulgação em cada tópico, considerando que as empresas teriam de preencher todos os tópicos para obter o melhor relatório e conseguirmos comparar entre as empresas.

Opção Abrangente

Os relatórios das empresas que utilizaram a opção Abrangente apresentam os princípios de relato ao longo do relatório não tendo propriamente uma seção no anexo GRI. Relativamente ao ponto 102 – Conteúdo Geral que se foca na organização, no envolvimento com os seus *stakeholders*, a sua ética e integridade e nas suas práticas de relato, na opção abrangente, as empresas da nossa amostra cumpriram com todos os pontos, obtendo a pontuação máxima (10 pontos).

Relativamente aos indicadores económicos, ambientais e sociais, as empresas responderam em média, aproximadamente, a 90% dos indicadores. Esta percentagem é

extremamente positiva, demonstrando que as empresas cumpriram com os critérios estipulados pelo GRI *Standards* na opção abrangente, ou seja, nos seus tópicos materiais teriam de responder a todos os pontos e verifica-se, pela pontuação obtida, que esse critério foi cumprido.

Tabela 3-5: Índices de divulgação obtidos nas empresas que optaram pela Opção Abrangente GRI

Empresas	Índice Económico	Índice Ambiental	Índice Social
Grupo Galp	8,46	8,44	7,5
Grupo EDP	10	9,38	8,5
Gestamp	7,69	7,81	6,75
Ferrovial	10	9,38	8,5
Repsol	10	9,38	8,25
The Navigator	8,46	9,06	7,0
Iberusa	10	9,38	8,5
Média	9,23	8,98	7,86

Analisando os índices de forma separada, verifica-se que a pontuação obtida para o índice económico foi sempre bastante positiva. Dos 7 relatórios analisados, 4 apresentam mesmo o índice máximo (Tabela 3-6). As empresas Gestamp, The Navigator e Iberusa apresentam indicadores abaixo da maioria das empresas, mas mesmo assim satisfatórios.

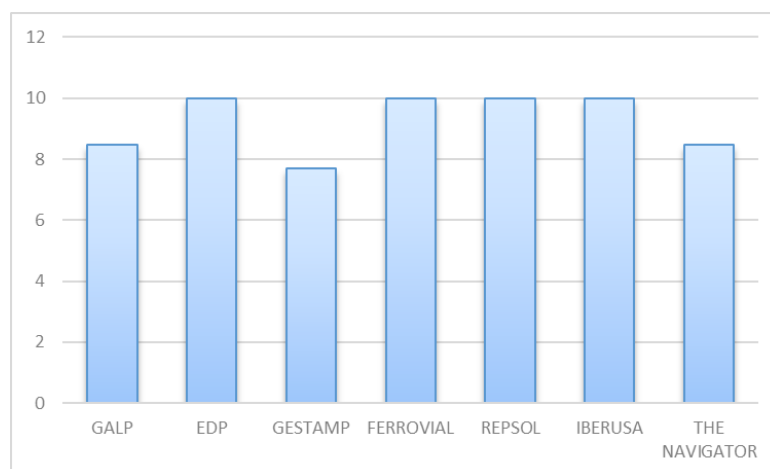


Gráfico 3-6: Índice económico das empresas que optaram pelo GRI Standards opção Abrangente

No índice ambiental, as empresas encontram-se bastante equilibradas, à exceção da empresa Gestamp, que tem uma taxa mais baixa (Tabela 3-7). Os valores do ambiental

são mais elevados, sendo mesmo em duas empresas superiores ao índice económico, verificando-se a importância que as empresas dão a esta área da responsabilidade social.

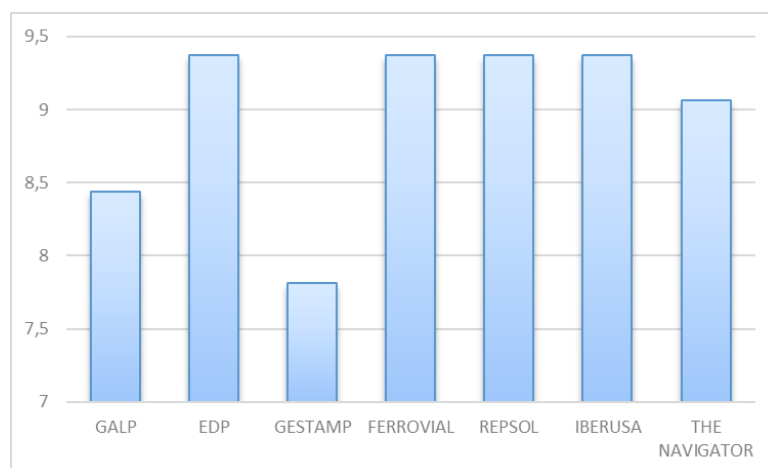


Gráfico 3-7: Índice ambiental das empresas que optaram pelo GRI Standards opção Abrangente

Por fim, o índice dos indicadores sociais. Curiosamente, tem os valores mais baixos quando comparado com os outros índices. Os indicadores sociais estão muito interligados aos seus *stakeholders*, desde colaboradores, fornecedores e clientes, dando uma imagem que apesar de serem importantes não está no topo das preocupações da responsabilidade social. Mais uma vez, a empresa Gestamp apresenta o valor mais baixo.

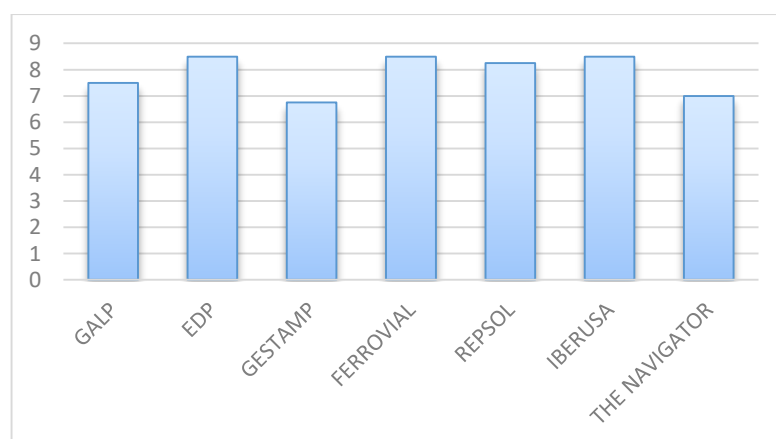


Gráfico 3- 8: Índice social das empresas que optaram pelo GRI Standards opção abrangente

Opção essencial

A maioria das empresas da nossa amostra adotou a opção essencial, verificando-se assim que as orientações mais reduzidas são a escolha da maioria das empresas. Como na opção abrangente, o indicador 101 não aparece na tabela anexa GRI, mas os princípios encontram-se estipulados ao longo do relatório.

Relativamente ao ponto 102 – Conteúdo Geral, as entidades têm de preencher os pontos todos do perfil da organização (102-1 a 102-13) e um de estratégia (102-14). Todas as empresas da amostra cumpriram esta exigência. Posteriormente, um de ética e integridade (102-16) e outro relacionado com o *governance* (102-18). Estes, à exceção da Auchan e da Brisa, respetivamente, foram preenchidos por todas as empresas. Por fim, os pontos obrigatórios relacionados com o envolvimento com os *stakeholders* (102-40 a 102-44) e as práticas de relato (102-45 a 102-56). A maioria das empresas cumpriu, à exceção de 4 empresas: Brisa, Jerónimo Martins, Santander e Infraestruturas de Portugal¹³.

No padrão essencial, as empresas escolhem um tópico material e posteriormente apenas têm de preencher um tópico específico sendo demasiado complicado conseguirmos comparar as empresas, uma vez que, pela recolha de dados as entidades preenchem dados que não eram “necessários” ou têm tópicos completamente diferentes. Embora ciente desta limitação, mas de modo a possibilitar uma comparação entre empresas, apresenta-se a análise assumindo que as mesmas têm que preencher todos os pontos.

¹³ Mais informações acerca de qual os pontos a cumprir no tópico 102- Conteúdo Geral consultar a Tabela 1 no documento GRI 101 Fundamentos 2016.

Tabela 3-6: Índices de divulgação obtidos nas empresas que optaram pela Opção Essencial GRI

Empresas	Índice Económico	Índice Ambiental	Índice Social
Auchan	6,92	4,38	6
Accenture	1,54	0,31	3
Bosh	4,62	5,94	7
BorgWarner	0	3,44	2
Banco Santander	10	9,06	8,25
Brisa	8,46	7,19	4,5
Carris	6,15	2,81	3
Continental	10	9,06	7,75
CP	5,38	7,81	4
El Corte Inglés	10	9,06	8
Grupo Jerónimo Martins	7,69	8,75	6,75
Grupo Amorim	5,38	5	2
Grupo Sonae	8,46	7,81	5,75
H&M	4,62	5,31	4,75
Infraestruturas de Portugal	6,92	3,75	3,75
Imprensa Nacional da Moeda	6,9	4,69	4,5
ISS	5,38	3,75	4,75
Novo Banco	10	7,19	7,25
NOS	6,15	3,44	5
Saica	2,31	3,75	2
Saipem	1,54	1,25	3
Securitas	2,31	0,94	2
SuperBock	6,92	5,94	3,5
Média	6,0	5,29	4,72

Nos indicadores económicos, verifica-se uma discrepância de valores entre as empresas, mas a maioria apresenta valores superiores a 50% de divulgação deste tipo de indicadores. Cerca de 20% das empresas tem valores muito próximos da pontuação máxima e temos três empresas a divulgar todos os tópicos económicos demonstrando a sua importância. No entanto, verificamos que outras 20% das empresas divulgam poucos itens económicos e a empresa Borgwarner chega mesmo ao limite de não divulgar tópico nenhum.

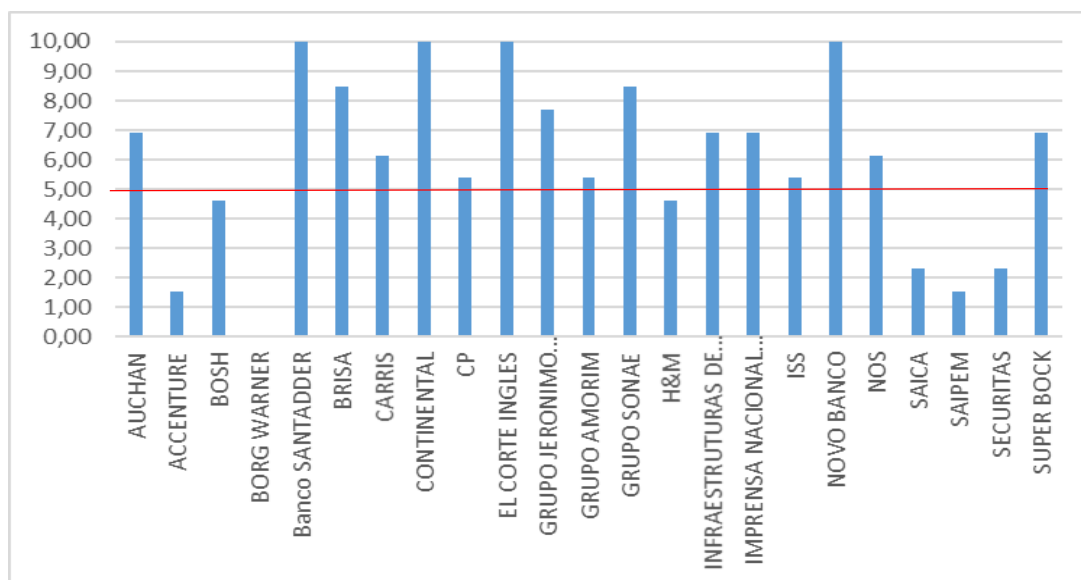


Gráfico 3-9: Índice económico das empresas que optaram pelo GRI Standards opção Essencial

Ao contrário dos indicadores económicos, o índice ambiental demonstra que as empresas divulgam menos tópicos. A maioria das empresas revela um índice inferior a 5. Este resultado não deixa de ser um pouco desanimador, dada a importância do tema.

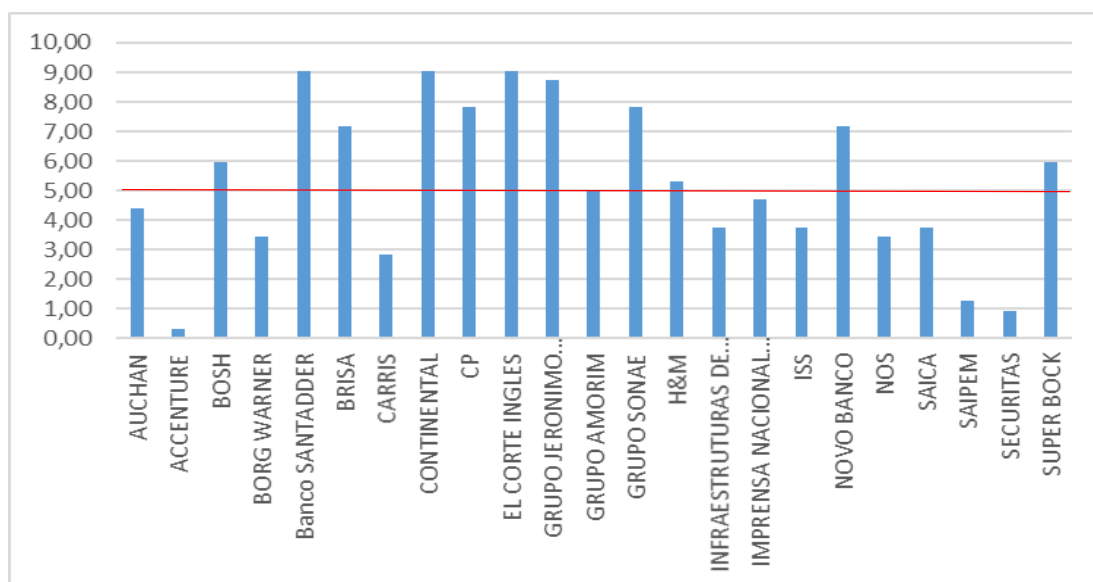


Gráfico 3-10: Índice ambiental das empresas que optaram pelo GRI Standards opção Essencial

Por fim, o índice social, tal como aconteceu na opção abrangente, apresenta os valores de divulgação mais baixos. Os subtemas dos indicadores sociais são uma parte bastante

importante nas empresas, mas aos quais a maioria das empresas não demonstra dar a devida importância.

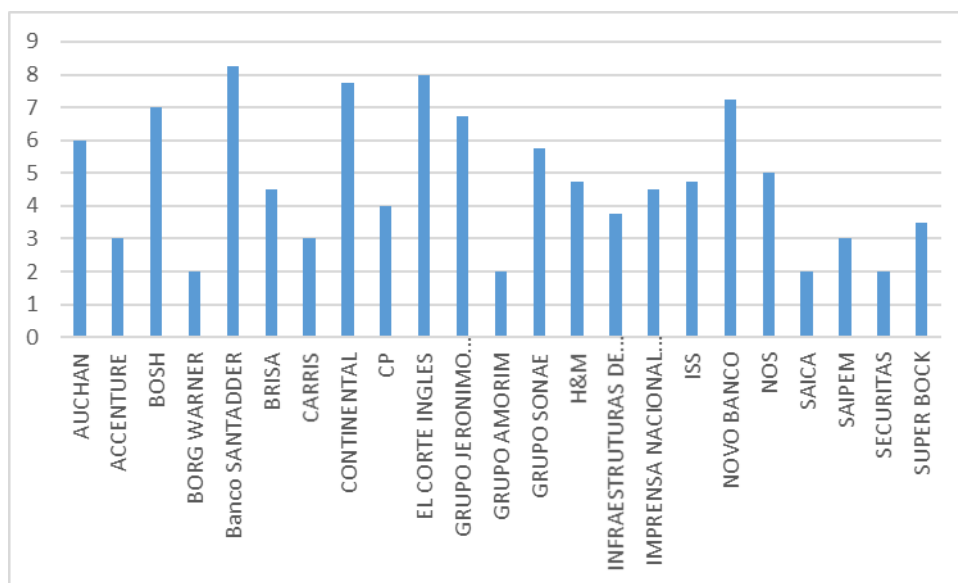


Gráfico 3-11: Índice social das empresas que optaram pelo GRI Standards opção Essencial

3.5. Análise dos resultados

Apesar da importância que o tema da responsabilidade social empresarial tem vindo a obter nos últimos anos, ainda se constata, em termos empírico, a ausência de evidência de que a mesma esteja já enraizada nas políticas da maioria das empresas.

Verificou que apenas cerca de um terço das empresas da amostra, em 2018, apresentaram algum tipo de relatório estruturado com informação não financeira, sendo que mais de dois terços destes optou por efetuar este relato num documento separado denominado de relatório de sustentabilidade. Apesar das vantagens avançadas para o Relato Integrado das diferentes vertentes de desempenho das empresas, este ainda não é a forma de relato privilegiada pelas empresas da amostra.

Pese embora a ausência do relato em documento próprio, é visível na navegação pelas *websites* das empresas, alguma preocupação na divulgação (não estruturada) de informação associada a práticas ou políticas relacionadas com a responsabilidade social empresarial.

Quanto à necessidade de mostrar credibilidade da informação apresentada, apenas um terço dos relatórios da amostra foram sujeitos à avaliação externa de um auditor

independente. Os relatórios que apresentam relatório do auditor são essencialmente de grupos económicos de maior dimensão, mostrando efetivamente uma maior preocupação na sua responsabilidade social. Estes resultados estão em consonância com os apresentados por Conde (2014), que conclui que são as empresas de maior dimensão que apresentam maior índice de divulgação. Estes resultados podem ser justificados pela existência de um maior número de *stakeholders*, e de recursos humanos e financeiros.

Efetivamente, não sendo uma obrigação, será expectável que as empresas evitem este gasto acrescido. Importa, novamente, realçar que o decreto que introduz a obrigatoriedade para algumas empresas relatarem informação não financeiras, também exige a sua verificação pelo auditor independente da empresa. No entanto, a este cabe apenas a verificação da obrigatoriedade e do seu local de relato para posterior relato do *compliance* (ou não) na certificação legal das contas. Somos de opinião que o legislador perdeu aqui uma ótima oportunidade para obrigar à verificação do conteúdo da informação divulgada, tal como sugerido pelo Livro Verde.

Para estruturar o relato, uma vasta maioria adotou o modelo sugerido pelo GRI. Estes resultados revelam a ampla aceitação e reconhecimento destes indicadores por parte das empresas.

Note-se que, apesar do preâmbulo do Decreto-lei n.º 89/2017, de 28 de julho, avançar com uma bateria de sistemas para as empresas se basearem no relato da informação não financeira, o artigo 66.º-B do CSC elenca um conjunto de informações a fornecer relativas às questões ambientais, sociais e relativas aos trabalhadores, à igualdade entre mulheres e homens, à não discriminação, ao respeito dos direitos humanos, ao combate à corrupção e às tentativas de suborno, incluindo descrição do modelo empresarial, das políticas seguidas, resultados obtidos, risco e indicadores-chave de desempenho. Utilizando a nossa amostra e analisando a informação fornecida pelas empresas que se guiaram por esta “matriz”, podemos concluir que as empresas divulgaram menos informação, quando comparada à informação fornecida através de outros indicadores. De facto, com exceção de duas empresas, as restantes, apresentam apenas, em média, seis páginas de informação para focar todos os aspetos referidos na legislação. Julgamos que as empresas que anteriormente já divulgavam informação não financeira de forma voluntária, e que agora passem a ver essa informação exigida, não irão reduzir a informação fornecida ou alterar

a forma de relatar; no entanto, para quem inicia o processo agora por via mandatária, talvez fosse positivo a exigência de validação da informação disponibilizada.

O cálculo do índice de divulgação de informação não financeira apresentada segundo a norma GRI revelou os seguintes resultados médio:

Tabela 3-7: Média dos índices de divulgação

Empresas	Índice Económico	Índice Ambiental	Índice Social
Média “Abrangente”	9,23	8,98	7,86
Média “Essencial”	6,0	5,24	4,72
Média total	6,74	6,12	5,45

Em todos os índices parcelares, os resultados revelam que as empresas que optaram pela versão Abrangente divulgam mais informação que as que optaram pela versão Essencial. Este desfecho, tal como foi explicado anteriormente, já era expectável, visto que nesta última versão, as empresas não têm de responder a todos os indicadores. Em termos médios, e considerando todas as empresas, os valores encontrados são inferiores aos encontrados por Conde (2014). No seu estudo, os valores médios encontrados, para o ano 2011 e apenas considerando empresas portuguesas, foram de 7,73 para o índice económico, 6,63 para o índice ambiental e 6,51 para o índice social. Esta diferença pode ser justificada pelo facto de Conde (2014) incorporar na amostra apenas empresas cotadas, logo sujeitas a um maior escrutínio dos *stakeholders* e com maiores incentivos à divulgação deste tipo de informação. De facto, na nossa amostra, a maioria das empresas analisadas divulga adotando a opção essencial e divulgando apenas o indispensável, de forma a demonstrar aos seus *stakeholders* que estas temáticas são umas das preocupações das empresas.

Apesar dos estudos efetuados demonstrarem que são as empresas de maior dimensão as mais recetivas à prática de divulgação de responsabilidade social empresarial, algumas entidades (como a APEE, a Global Compact Network Portugal, e o CEEP) defendem e têm proclamado a extensão da responsabilidade social também às PME. Estas entidades consideram que a responsabilidade social é demasiado importante e imprescindível para ser aplicada apenas nas grandes empresas.

Esta extensão às PME parece um pouco irrealista, uma vez que, atualmente, a nível nacional se assiste a uma diminuição e simplificação das obrigações de relato, sendo difícil exigir a uma pequena empresa o dispêndio de recursos para a elaboração de uma demonstração de elementos não financeiros de forma rigorosa.

Sendo a divulgação extremamente importante, será necessário, antes de mais, tentar verificar se as empresas conhecem o tema em causa, nomeadamente no que respeita a princípios e práticas aplicáveis à responsabilidade social empresarial. Cabrita *et al.* (2019) apresentam o resultado de um inquérito efetuado junto de 170 empresas portuguesas com objetivo de analisar o nível de conhecimento destas sobre o tema da responsabilidade social, nomeadamente direitos humanos, práticas laborais, proteção ambiental e combate à corrupção.

Como vimos anteriormente existe um vasto leque de orientações que pode apoiar as empresas no tema de responsabilidade social. Quando questionadas sobre o conhecimento que detêm dessas diretrizes, os resultados não mostram valores superiores a 50%. Segmentando a amostra por dimensão da empresa, os resultados revelam que, quanto maior a empresa, maior o conhecimento das orientações sobre responsabilidade social.

Os resultados também revelaram um conhecimento muito deficiente das políticas de compromisso público nas quatro grandes áreas da responsabilidade social: direitos humanos, direitos dos trabalhadores, proteção do ambiente e prevenção da corrupção. Mais uma vez, as maiores empresas revelam-se mais conhecedores deste tópico, nomeadamente no que respeita os direitos humanos e à proteção do ambiente.

Quando inquiridas sobre a perceção dos processos de avaliação dos impactos negativos em cada uma das áreas da responsabilidade social, as pequenas empresas revelam não ter grande perceção, ao contrário das grandes empresas, nomeadamente no que respeita impacto negativo sobre o ambiente. Este resultado pode ter origem numa perceção de coimas e penalizações mais pesadas para as empresas em caso de incumprimento da lei ambiental. As empresas com mais de 50 funcionários revelam ainda conhecer políticas de prevenção dos aspetos negativos nas respetivas áreas da responsabilidade social. A corrupção apresentou-se como a área mais difícil de prevenir.

O inquérito focou ainda o papel do Estado na promoção e garantia de um ambiente favorável à conduta empresarial responsável, em cada uma das áreas da responsabilidade social em análise. A maioria das empresas revela desconhecer o papel do Estado nesta

área. Com exceção da legislação implementada e que é de conhecimento obrigatório pelas empresas, a maioria não demonstrou conhecimento de outras práticas do Estado na promoção da responsabilidade social empresarial.

Numa análise global, as autoras concluem que a maioria das empresas portuguesas se encontram muito “imaturas” em relação ao tema responsabilidade social empresarial, não conhecendo as diretrizes/orientações existentes, tanto a nível nacional como a nível internacional, e não apresentando um compromisso público em relação às áreas da responsabilidade social. Este paradigma apenas tem alterações um pouco significativas quando se trata de empresas de maior dimensão. A área da responsabilidade social que apresentou uma taxa positiva mais elevada foi a proteção ambiental. Este fator pode ficar a dever-se a uma maior regulamentação por parte do Estado e transparece que a sensibilização para este tema por parte das empresas também é superior. Ao contrário do ambiente, a prevenção da corrupção foi a área que apresentou menos respostas positivas, demonstrando que as empresas não têm nenhum plano para evitar este tipo de atuação.

A longo prazo, a maioria das empresas afirmou que pensa fazer alterações da sua postura em relação a estas matérias e conseguir dar a importância merecida e implementar nas suas empresas, acreditando que é o início para uma mudança de paradigma das empresas na interiorização desta temática.

CONCLUSÃO

A responsabilidade social é o tema do momento e encontra-se numa fase em que todos os dias se ouve algo relacionado com este tema e com diversas áreas interligadas. A responsabilidade social pode ser entendida como a preocupação (ou o dever) das empresas para desenvolverem, de forma voluntária, políticas, comportamentos e ações que promovam o bem-estar dos seus *stakeholders*, internos e externos.

A responsabilidade social tem um longo percurso, concluindo-se que tem uma longa e extensa bibliografia, oriunda principalmente da América. O tema começou a ter alguma importância, nos anos 50, com Bowen, o qual foi seguido por outros, tal como Carroll e Parker. Carroll contribuiu para a responsabilidade social com os seus dois modelos teóricos. Outro modelo bastante importante é o *Triple Bottom Line*, de John Elkington, que apresenta a responsabilidade social em três dimensões: social, ambiental e económico. Como verificamos este modelo mantém-se atual sendo utilizado nos relatórios divulgados pelas empresas.

Com a proliferação dos estudos, foram surgindo novos conceitos associados à responsabilidade como é o caso de sustentabilidade, desenvolvimento sustentável, ética empresarial, cidadania empresarial, responsabilidade social empresarial, entre outros. Todos estes conceitos estão interligados e devem pertencer à natureza da empresa.

A repercussão dos conceitos e modelos teóricos para a prática empresarial não tem sido fácil e nestes últimos anos tem tido um progresso positivo. Em 2014, a União Europeia emitiu uma Diretiva que obriga as empresas a divulgarem as informações não financeiras comprovativas do seu compromisso com a responsabilidade social. Em Portugal, a transposição desta Diretiva ocorreu em 2017, com o Decreto-lei 89/2017 de 28 de julho tornando obrigatório as divulgações não financeiras para as empresas de maior dimensão consideradas de interesse público.

Ao contrário das informações financeiras não existe um modelo pré-definido para o relato da informação não financeira, sendo difícil para as empresas realizar esta tarefa. Algumas entidades têm vindo a publicar diretrizes para apoiar as empresas. Uma das entidades mais conceituada é a GRI que publicou a última versão atualizada de indicadores em 2016. A norma GRI apresenta um conjunto de indicadores nas diferentes áreas de atuação consideradas relevantes, sendo a sua aplicação se revelado simples para as empresas. Também as Nações Unidas desenvolveram um conjunto de princípios e objetivos de

desenvolvimento sustentável que as empresas devem atender na sua gestão. O cumprimento destes princípios é essencial para a empresa ser considerada de excelência. Procurou-se neste trabalho analisar a prática de divulgação de informação de responsabilidade social em grandes empresas portuguesas. O objetivo desta análise passou por analisar as práticas de divulgação de informação de responsabilidade social e a forma como a mesma é apresentada, no que respeita ao tipo de relatório e modelo utilizados. É também analisado o grau de divulgação das empresas que utilizam a norma *Global Reporting Initiative* (GRI).

Tendo por base uma amostra de 295 empresas, verificou-se que apenas cerca de um terço apresentou em 2018 um documento com relato de responsabilidade social, sendo o documento privilegiado o relatório de sustentabilidade, seguindo na sua maioria a norma GRI. A verificação externa dos relatórios analisados é de cerca de 36%, sendo também um valor não muito relevante. Apesar desta obrigatoriedade não estar prevista na legislação, é importante para oferecer fiabilidade às informações prestadas.

Segundo a norma GRI mais atual, as empresas têm duas opções de elaboração do seu relatório essencial e abrangente. Na nossa análise, a opção abrangente sendo a opção menos escolhida, tem um índice de divulgação elevada nos três indicadores: económicos, sociais e ambientais. Nesta opção, sempre que as empresas consideram um aspeto material têm necessariamente que divulgar todos os seus subtópicos sendo um relatório mais extenso. Ao contrário, na opção essencial o índice de divulgação apresentado é menor. O índice social é o que revela valores mais baixos demonstrando escassas preocupações com os seus *stakeholders*. Apesar de existir duas opções, os relatórios analisados revelam-se bastante extensos, sendo que o conteúdo algo vago e teórico, podendo levantar algumas dúvidas quando à real aplicabilidade das políticas anunciadas.

A realização deste trabalho e, por conseguinte, as suas conclusões, apresenta algumas limitações. No que respeita ao enquadramento teórico, o elevado número de informação disponível e a extensa bibliografia tornou, por vezes, complexa a seleção da informação pertinente. No entanto, a informação referente a Portugal é mais limitada, tendo sido difícil compreender em que ponto a sociedade portuguesa se encontra no assumir de compromissos com a responsabilidade social.

Outra limitação prende-se com a extensão da amostra analisada, o qual tornou a recolha de relatórios um trabalho extremamente minucioso. Por fim, a análise dos relatórios

apresentados com a norma GRI é complexa, uma vez que cada empresa tem a liberdade para selecionar os tópicos que considera materiais e posteriormente divulgar consoante a sua opção (essencial ou abrangente). A comparação entre relatórios fica assim sempre sujeita a críticas, uma vez que o modelo não é rígido.

As limitações apresentadas anteriormente foram uma realidade, mas este estudo tornou-se bastante enriquecedor a nível pessoal e espero contribuir um pouco à literatura do tema. Espero também despertar o interesse de outros investigadores, de forma a elaborar mais pesquisas e estudos sobre responsabilidade social.

Para terminar, avançam-se com algumas sugestões para trabalhos futuros. Uma vez que a APEE tem defendido a extensão da responsabilidade social às PME, seria interessante entender até que ponto e em que formas seria praticável para este tipo de empresas divulgarem informações não financeiras. Seria ainda interessante estudar as áreas da responsabilidade social de forma isolada e mais profunda, tal como, por exemplo, o respeito pelos direitos humanos e pelos trabalhadores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Almeida, F. (2010). *Ética, Valores Humanos e Responsabilidade Social das Empresas*. Cascais: Principia Editora.

Assembleia da República (2015). Lei n.º 148/2015, de 8 de setembro. Diário da República n.º 176/2015, Série I, 7501-7516.

Assembleia da República (2009). Lei n.º 105/2009, de 14 de setembro. Diário da República n.º 178/2009, Série I, 6247-6254.

Associação Portuguesa de Ética Empresarial. Introdução ao reporte não financeiro. Brochura informativa. Acedido em 20/07/2019, disponível em <http://pmesustentavel.apee.pt/doc/Brochura-Informacao-Nao-Financeira-compressed.pdf>

Banerjee, S. B. (2007). *Corporate Social Responsibility: The good, the bad and the ugly*. Cheltenham, England: Edward Elgar.

Berle, A. & Means, G. (1932). *The Modern Corporation and Private Property*. New York: Commerce Clearing House.

Bowen, H. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. Universidade de Michigan.

Bowen, H., Gond, J. (introduction) & Bowen, P. (foreword). 2013. *Social Responsibilities of the businessman*. University of Iowa Press, Iowa City.

Cabrita, I., Romão, A., Castro, A. & Ferreira, A. (2019). *Inquérito Nacional sobre Conduta Empresarial Responsável e Direitos Humanos*. Apresentação no Seminário: Responsabilidade social das empresas em Portugal: perspetivas e desafios. Lisboa.

Carrol, A. & Buchholtz, A. (2015). *Business & Society: Ethics, Sustainability & Stakeholder Management*. 9º Ed. Cengage Learnig.

Carrol, A. (1979). A Three Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance. *The Academy of Management Review*, 4 (4), 497-505.

Carrol, A. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34 (4), 39-48.

Carrol, A. (1999). Corporate Social Responsibility Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*, 38 (3), 268-295.

Conde, F. (2014). *Diseño de índices de divulgación de la información de responsabilidade social empresarial y gobierno corporativo: un análisis en las mayores empresas de la península Ibérica*. Tesis Doctoral. Universidad de Extremadura. Acedido em 28/08/2019, disponível em https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/Tese_doutorament_Fatima.

Conselho Económico e Social (2003). Parecer de Iniciativa sobre a responsabilidade social das empresas (aprovado no plenário de 17 de janeiro de 2003), Relator Conselheiro Vítor Melícias, Lisboa.

Conselho Nacional do Ambiente e do Desenvolvimento Sustentável (1998). Plano Nacional de Desenvolvimento Económico e Social 2000-2006 / Visão prospectiva. Acedido em 10/02/2019, disponível em http://www.cnads.pt/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=5&Itemid=84

Comissão da Carta da Terra (2001). *A Carta da Terra*. Acedido em 15/09/2019, disponível em: <https://earthcharter.org/virtual-library2/the-earth-charter-text/>

Comissão das Comunidades Europeias (2001). *Livro Verde – Promover um Quadro Europeu para a Responsabilidade Social das Empresas*. Acedido em 16/09/2019, disponível em http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/empl/20020416/doc05a_pt.pdf

Comissão das Comunidades Europeias (2002). *Comunicação da Comissão relativa à Responsabilidade Social das Empresas: um contributo das empresas para o desenvolvimento sustentável*. Acedido em 20/09/2019, disponível em <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52002DC0347&from=PT>

Comissão das Comunidades Europeias (2006). *Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho e ao Comité Económico e Social Europeu - Implementação da parceria para o crescimento e o emprego: tornar a Europa um Pólo de excelência em termos de responsabilidade social das empresas*. Acedido em 20/09/2019, disponível em <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2006:0136:FIN:pt:PDF>

Comissão Europeia (2000). *Livro Branco sobre Responsabilidade Ambiental*. Acedido em 10/10/2019, disponível em https://ec.europa.eu/environment/legal/liability/pdf/el_full_pt.pdf

Comissão Europeia (2015). *Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu e ao Conselho Depois de Paris: avaliação das implicações do Acordo de Paris que acompanha a proposta de Decisão do Conselho relativa à assinatura, em nome da União Europeia, do Acordo de Paris adotado ao abrigo da Convenção-Quadro das Nações Unidas para as Alterações Climáticas*. Acedido em 10/10/2019, disponível em <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016DC0110&from=EN>

David, K. (1967). Understanding the Social Responsibility Puzzle. *Business Horizons*, 10, 45-50.

Drucker, P. (1984). Converting Social Problems into Business Opportunities: The New Meaning of Corporate Social Responsibility. *The California Management Review*, 26 (2), 53-63.

Duarte, M., Jesus, T., Silva, J. & Pinheiro, P. (2012). O sistema de normalização contabilística (português) e a divulgação da responsabilidade social e ambiental das empresas (RSAE). *Artigo apresentado no XV Encontro da AECA*. Acedido em 20/05/2019, disponível em <http://www.aeca1.org/xvencuentroaeca/cd/102h.pdf>

Eilbert, H. & Parket, R. (1973). The practice of business: The current status of corporate social responsibility, *Business Horizons*, 16 (4), 5-14

Elkington, J. (1997) Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business. *Journal of Business Ethics*, 23, 229–231.

Faria, M. (2015b). Perspectivas sobre relato integrado. *Revista TOC*, 182 maio, 66-70. Acedido em 20/05/2019, disponível em: <https://www.occ.pt/pt/a-ordem/publicacoes/revista-contabilista-toc/arquivo/>

Faria, M. (2015a). *Responsabilidade Social Empresarial – Relato e análise económica e financeira*. Porto: Vida Económica.

- Frederick, W. (1978). From CSR1 to CSR2: The maturing of business-and-society thought. *Business and Society*, 33 (2), 150-164.
- Freeman, I., & Hasnaoui, A. (2011). The meaning of corporate social responsibility: The vision of four nations. *Journal of Business Ethics*, 100 (3), 419-443.
- Friedman, M. (1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*. Acedido em 20/09/2019, disponível em <http://umich.edu/~thecore/doc/Friedman.pdf>
- Garriaga, E. & Melé, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*, 53, 51-71.
- Global Reporting Initiative (2018). Consolidated Set of GRI Sustainability Reporting Standards 2018. Acedido em 20/10/2019, disponível em: <https://www.globalreporting.org/standards/gri-standards-download-center/?g=4f0d91ec-f64c-4556-9497-71718c9d5de4>
- International Integrated Reporting Council (2013). *The International <IR> Framework*. Acedido em 10/05/2019, disponível em <https://integratedreporting.org/wp-content/uploads/2015/03/13-12-08-THE-INTERNATIONAL-IR-FRAMEWORK-2-1.pdf>
- International Federation of Accountants (2018). *Long term value creation through integrated reporting. Questions and Answers for Professional Accountancy Organizations*. Acedido em 10/05/2019, disponível em: <https://www.ifac.org/system/files/publications/files/IFAC-IR-QA-February-2018.pdf>
- Instituto Ethos. (2000). *Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis*. Acedido em 10/05/2019, disponível em https://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2013/07/IndicadoresEthos_2013_PORT.pdf
- International Organization for Standardization (2017). *ISO 26000 basic training materials*. Acedido em 20/07/2019, disponível em: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>
- Johnson, H. (1971). *Business in contemporary society: framework and issues*. Michigan: Wadsworth Pub.
- Jones, T. (1980). Corporate Social Responsibility Revisited, Redefined, *The California Management Review*, 22 (3), 59-67.
- Joyner, B. & Payne, D. (2002). Evolution and Implementation: A Study of Values, Business Ethics and Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 41, 297-311.
- Levitt, T. (1958). The Dangers of Social Responsibility. *Harvard Business Review*, 36, 41-50.
- Martínez-Ferrero, J., Banerjee, S., & García-Sánchez, I. M. (2016). Corporate social responsibility as a strategic shield against costs of earnings management practices. *Journal of Business Ethics*, 133 (2), 305-324.
- Mattiodal, R. & Canciglieri O. (2012). Abordagem dos conceitos do Triple Bottom Line no desenvolvimento integrado de produtos. *Revista Sodebras*, 7.
- McWilliams, A. & Siegel, D. (2001) Profit-Maximizing Corporate Social Responsibility. *The Academy of Management Review*, 26 (4), 504-505.

- Melícias, V. (2003). *Parecer de iniciativa sobre a responsabilidade social das empresas*. Lisboa: Conselho Económico e Social.
- Ministério da Segurança Social e do Trabalho (2003). Plano Nacional de Emprego 2003-2006. Acedido em 10/02/2019, disponível em: <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=6042&langId=pt>.
- Ministério das Finanças (2017). Decreto-Lei n.º 89/2017, de 28 de julho. Diário da República n.º 145/2017, Série I, 4267-4271.
- Ministério das Finanças (2015). Decreto-Lei n.º 98/2015, de 2 de junho. Diário da República n.º 106/2015, Série I, 3470-3493.
- Ministério das Finanças e da Administração Pública (2009). Decreto-Lei n.º 158/2009, 13 de julho. Diário da República n.º 133/2009, Série I, 4375-4384.
- Muhamad, R. & Salleh, N. (2019). *Strategic Corporate Social Responsibility in Malaysia*, New York: Routledge.
- Parlamento Europeu e do Conselho (2014). *Diretiva 2014/95/UE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 22 de outubro de 2014*. Acedido em 20/09/2019, disponível em <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014L0095&from=PT>
- Parlamento Europeu e do Conselho (2013). *Diretiva 2013/34/UE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 26 de junho de 2013*. Acedido em 20/09/2019, disponível em <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32013L0034&from=PT>
- Presidência do Conselho de Ministros (1998). Resolução do Conselho de Ministros n.º 38/98. Diário da República n.º 68/1998, Série I-B, 1245-1245.
- Presidência do Conselho de Ministros (1996). Decreto-Lei n.º 190/96, de 9 de outubro. Diário da República n.º 234/1996, Série I-A, 3530-3542.
- Rego, A., Cunha, P., Costa, N., Gonçalves, H. & Cardoso, C. (2007). *Gestão, ética e socialmente responsável: teoria e prática*. 2º Edição. Edição RH.
- Santos, M. & Santos, A. & Pereira, E. & Silva, J. (2006). *Responsabilidade Social das PME*. Editora RH.
- Santos, S. & Dias, R. (2008). *Sustentabilidade, Competitividade e Equidade Ambiental e Social*. Edições Almedina.
- Sethi, S. (1975). Dimensions of Corporate Social Performance: An Analytical Framework. *The California Management Review*, 17 (3), 58-64.
- Sheldon, O. (1923). *The Philosophy of Management*. Michigan: Pitman.
- Social Accountability International (2014). Norma SA8000®. Acedido em 20/05/2019, disponível em [http://www.sa-intl.org/_data/global/files/SA8000Standard_Portugues\(1\).pdf](http://www.sa-intl.org/_data/global/files/SA8000Standard_Portugues(1).pdf)
- Tavares, M. & Azevedo, G. (2017). Relatórios de Sustentabilidade. *Revista Contabilista*, 203 fevereiro, 39-42. Disponível em: <https://www.occ.pt/pt/a-ordem/publicacoes/revista-contabilista-toc/arquivo/>
- Tavares, M. & Azevedo, G. (2018). Relatório Integrado: o futuro? Uma oportunidade ou uma miragem? *Revista Contabilista*, 220 julho, 33-38. Acedido em 15/07/2019,

disponível em: <https://www.occ.pt/pt/a-ordem/publicacoes/revista-contabilista-toc/arquivo/>

United Nations (1998). *Kyoto Protocol to the United Nations Framework Convention on Climate Change*. Acedido em 06/06/2019, disponível em: <https://unfccc.int/resource/docs/convkp/kpeng.pdf>

United Nations (2015). *The 2030 Agenda for Sustainable Development*. Acedido em 10/10/2019, disponível em: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/21252030%20Agenda%20for%20Sustainable%20Development%20web.pdf>

United Nations Conference on Environment and Development (1992). *Agenda 21*. Acedido em 05/09/2019, disponível em <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf>

United Nations Global Compact (2014). *Guide to Corporate Sustainability*. Acedido em 05/09/2019, disponível em: https://www.unglobalcompact.org/docs/publications/UN_Global_Compact_Guide_to_Corporate_Sustainability.pdf

United Nations World Commission on Environment and Development (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*. Oxford University Press. Acedido em 05/09/2019, disponível em <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>

Wartick, S. & Cochran, P. (1985). The evolution of the corporate social performance model. *Academy of Management*, 10 (4), 87-99.